



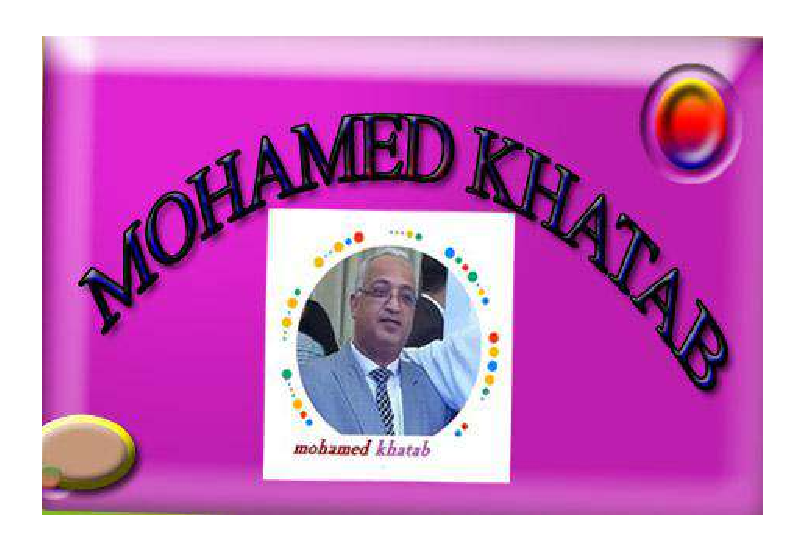


سلسلة الفلسفة للشباب
من منشورات وزارة الثقافة

د. آمال الجبور

الشباب بين الحقيقة وأيدولوجيا الإعلام

الشباب بين الحقيقة
وأيدولوجيا الإعلام



● الشباب بين الحقيقة وأيدولوجيا الإعلام
● سلسلة الفلسفة للشباب
● المؤلف: د. آمال عبدالحليم الجبور
● الناشر: وزارة الثقافة
عمان ـ الأردن ـ شارع وصفي التل ـ ص . ب 6140 ـ عمّان
تلفون: 5699054/5696218 ـ فاكس : 5696598 -بريد إلكتروني: info@culture.gov.jo

رقم الإيداع لدى دائرة
المكتبة الوطنية
٢٠٢١/١٠/٦١٠٠

٣٠٥,٢٤٢
الجبور ، آمال عبدالحليم
الشباب بين الحقيقة وأيدولوجيا الإعلام/ آمال عبدالحليم الجبور.–
عمان وزارة الثقافة، ٢٠٢١.
(١٠٠) ص
ر.أ. ٢٠٢١/١٠/٦١٠٠
الواصفات:/ قلق الشباب/ / الإعلام/ / المشاكل الاجتماعية/
❖ يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبّر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى

● مصمم الغلاف عُبادة الفحماوي
● متابعة وتنسيق: فادية نوفل
● الإخراج الفني: نسرين العجو.
● رقم الردمك (2- 739 - 94 - 9957 - 978)

فلسفة

د. آمال الجبور

الشباب بين الحقيقة وأيدولوجيا الإعلام

2021

المحتوى

مقدّمة

إنّ يقول الفيلسوف الألماني هيجل، الذي امتهن الصحافة قبل قرن ونصف القرن:» قراءة الجريدة هي صلاة الصبح بالنسبة للإنسان المعاصر«، وعندما يتحدث هيجل عن الصلاة، فهي بالنسبة له عبادة، توصله للحقيقة، التي هي جوهر العمل الصحفي.

ولكن حقيقة الأمس ليست حقيقة اليوم كما يبدو، حيث إن عرشها الآن يتأرجح بشكل يزداد خطورة يوماً بعد يوم، نتيجة تدافع المعلومات دون فلترة أو ضابط، عبر وسائل التواصل الحديث.

فحسب الرؤية الهيجلية، فقد كان عمل الصحفي المتهن« في فترة ما قبل الاجتياح المعلوماتي، قائمة على التعامل مع المعلومة كعبادة، في إنتاجها وإخضاعها للتحقق والبحث والتفكيك والتحليل، للوصول إلى حقيقة الحدث قدر الإمكان،مع وجود ضوابط قانونية ومجتمعية وأخلاقية ومهنية، تحكم أداءه، فكان المنتج ذا قيمة وأثر، فاعتلت بذلك مهنة الصحافة عرش الهيبة والتقدير، لتصبح السلطة الرابعة في الدولة.

ما لم يتوقعه هيجل، بدأ يحدث في عالم اليوم، بعد الاجتياح المعلوماتي لوسائل الإعلام المجتمعي، من تدفق واسع للمعلومات

ذات الأشكال والاتجاهات المتعددة.

فكيف يتقرب إنسان الحاضر إلى حقيقة هيجل وهو محاصر بالإشاعات والمعلومات المفرغة من مضامينها، وتتناقل بسرعة الضوء لتكشف مكبوتات نفسية واجتماعية وسلوكات مشوهة ومعتقدات كاذبة؟

للأسف، أصبح من يمتطي مواقع التواصل الاجتماعي الآن «الصحفي والمواطن الصحفي» الذي يمضي ليله ونهاره باقتناص أي معلومة، يبدأ بملاحقتها والبناء عليها، وإعادة إنتاجها بأشكال وأحجام وأوزان لا علاقة لها بالحقيقة والمنطق.

فمحاولاته اللامتناهية والمتكررة «للصحفي المواطن» هي ديانة مشوهة بأركانها وجوهرها، وبعيدة عن منطق الحقيقة الهيجلية.

وعلى الرغم من ذلك، نرى أن هذا المواطن الصحفي، يأخذ مساحات واسعة من التعبئة الذهنية والعقلية للمخيال الجمعي، ويستحوذ على وسائل باتت بحوزته كسلاح مدجج، فأصبح صاحب «السلطة الخامسة« في قيادة المشهد العام.

فالتحولات التكنولوجية التي تستهدفنا اليوم، وبقيادة الصحفي المواطن، أدخلت الصحافة التقليدية في أزمة هوية حقيقية.

هذه الصحافة التقليدية التي عرفت منذ عقود «بالسلطة الرابعة» أصبحت آيلة للاستسلام أمام هجمات السلطة الخامسة التي

يتحكم بها أي فرد يمارس يومياته عبر جهازه النقال بلا وعي ولا عقلانية ولا إدراك لماهيَّة حقيقة الشيء .

وبالرغم من أن الوسائل متاحة للجميع ، إلّا أن المعلومة الحقيقية وذات المصداقية، أصبحت نادرة، وفي متناول الأغنياء فقط لأنها غالية الثمن، وما يتبقى من معلومات هشة منخفضة القيمة، فهي من نصيب الفقراء يتداولونها هنا وهناك، خفيفة، رخيصة، كفقر حالهم .

والحقيقة المعلنة لنا اليوم تقول، إن السلطة الرابعة تتهاوى أمام السلطة الخامسة التي تكتسح عالم اليوم، بكل أنيابها ، والتي أصبحت تؤرِّق الدولة ومؤسساتها ، كلاعب جديد في التحولات المقبلة لعالم جديد .

د. آمال جبور

الفصلُ الأول

عزيزي الشاب/ الشابة من المتوقع بعد دراسة فصل الشباب بين الحقيقة وأيدولوجيا الإعلام، أن تمتلك معرفة بالمفاهيم التالية:

- مفهوم الأيدولوجيا
- مفهوم الحقيقة
- مفهوم المعرفة

الشاب بين الحقيقة وأيدولوجيا الإعلام

إن الإلمام المعرفي بواقع وتاريخ وسائل الإعلام والاتصال الحديثة وآفاقه، ضروري لتعميق وعينا وإدراكنا بأهميتها في سير المجتمعات وتطورها خصوصًا في عصرنا هذا، عصر الاتصال الجماهيري والمعلوماتي الذي تقدمت وسائله الإعلامية والاتصالية المعاصرة بشكل ملفت ومثير وتعددت تطبيقاتها لتتجاوز مجالات الحياة المختلفة للأفراد والمؤسسات في شبكات معلوماتية عنكبوتية يتفاعل من خلالها العالم مكونًا قرية صغيرة سريعة التأثر والتأثير فتوسعت وسائله لتشمل الصورة المنقولة الحية بكل تقنياتها المكتوبة والمرئية والصوتية، فأصبحت أداة مهيمنة و شرسة للتلاعب بالعقول والنفوس والسيطرة على مصائر الشعوب.

والأخطر من ذلك أن الشريحة الأكثر تأثرًا وتأثيرًا وقربًا لهذه التقنيات التواصلية المعلوماتية هي شريحة الشباب، فلا يخلو منزل من أجهزة الحاسوب والموبايل التي تسهل على الشباب الولوج في ممراتها المتشابكة للاطِّلاع والبحث والسفر في أرجاء العالم من خلال جهازه الصغير وسط بيته وعائلته، التي أظهرت دراسات

اجتماعية عديدة تغيرات بعلاقة الشاب مع محيطه، وازدياد خطورة تشويه الواقع وتزويره ليصبح من الصعب التفرقة بين الواقعي والافتراضي.

في هذا الكتيب أيها الشباب نقدم لكم وجبة معرفية عن وسائل الإعلام والمنصات الاجتماعية وأهدافها المتعددة المصالح، بين السلبية والإيجابية، والتركيز على أن لهذه الوسائل أيدولوجيتها الخاصة السياسية منها والفكرية والثقافية والعقائدية والاقتصادية... الخ ، والتي لا تعبر بالضرورة عن حقائق الأمور أكثر ما توجه الرأي العام وإقناعه بأفكارها من خلال تقنيات التكنولوجيا الحديثة المتقدمة، التي لا نستطيع جميعنا في أحيان كثيرة رفضها لحرفية إنتاج وصنع الخبر وترويجه لمساحات واسعة عبر شبكات الإنترنت ووسائله الإعلامية.

فهل تتفق معنا عزيزي الشاب/ الشابة على ما ذكر؟ إذا كان لديك رأي آخر، فهذا يمكنك من استخدام المنهج الفلسفي في البحث للتحقق والتحليل قبل تبني الفكرة وتداولها والمساعدة في نشرها.

وهذا الكتيب سيقدم إضاءات على تحريك بوصلة العقل للتمييز بين ما هو حقيقي وما هو مزيف، حيث الحقيقة لا توجد في طرف معين بل يجب البحث عنها، ولفت الانتباه لمدى التغيير

القائم في وسائل الإعلام، الذي لم يعد فيه الإعلام ناقلًا للحقيقة كما هي، بل صانعًا ومنتجًا للخبر، وتحولت مهمته الرئيسية من ناقل للأخبار على أرض الواقع إلى مشارك في صناعة الأخباربالصورة التي يريدها، مستخدمًا أدوات العصر التي تساعده في تحقيق أهدافه حتى ولو كانت بعيدة عن الحقيقة والواقع، فيما الإعلام المطلوب في زحمة تعدد وسائل الإعلام والاتصال هو الذي يضمن الكشف عن الحقائق ويترك لجمهوره «أي أنتم الشباب»حرية الاختيار التي هي جوهر الديمقراطية الحقيقية التي يجب أن تتعلموها بوجود عقل نقدي مناقض للتلقين.

فهل الشباب لاعبون جدد في عالم التواصل الاجتماعي والإعلام التكنولوجي، باعتبارهم الشريحة الأكثر استخدامًا لهذه الوسائل، كمؤثرين في عالمهم المفتوح الذي يقع على عاتقهم مسؤولية نشر الحقائق لا تزييفها؟

هذه الأسئلة سيجيبنا عنها محتوى الكتيب، لتمكينكم من الاستخدام السليم لعالم تكنولوجيا المعلومات والتواصل المتجدد الذي بات ركنًا اساسيًّا في عالمنا الصغير المتعدد الثقافات.

وعندما نتحدث عن الشباب بين الحقيقة والأيدولوجيا فلا بد من تعريف بعض المفاهيم والمفردات التي سيتناولها هذا الكتيب

لتفعيلها في عملية الفهم من جهة، ولطرح الأسئلة حولها من جهة أخرى، التي تساعد على فتح أفق العقل على التساؤل والدهشة، والتحليل والربط والنقد؛ للوصول قدر الإمكان الى حقائق المعلومات المتدفقة من خلال وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي وتطبيقاتها المتعددة.

وستتناول المفاهيم المطروحة في هذا الكتيب الإعلام وتحولاته عبر التاريخ مع تطور وعي الإنسان بنفسه وبيئته وحاجاته، مرورًا بالحقيقة بين الأمس واليوم ودور وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي في نشر ما هو حقيقي أو مزيف، وتأكيد أن الحقيقة لا يمتلكها أي طرف ، بل هي بحاجة للبحث والتقصي للاقتراب منها قدر الإمكان، إضافة الى المعرفة التي سيتم تناول بعض من تعريفاتها، وإعطاء لمحة عن نظرية المعرفة عند الفلاسفة والمفكرين.

وهذه المفاهيم يتناولها الإنسان كفرد فاعل ورئيسي في عملية التغيير التي تشهدها العصور، عبر التاريخ التي تطرأ على المجتمعات الإنسانية، وبيده المعول للتغيير والتحديث او للتراجع والتقاعس، ولكن يبقى عقل الإنسان هو الأداة التي تطور بيئته بما يتناسب مع حاجاته، لذلك سيفرد هذا الكتيب علاقة الشباب مع أدوات عصره، والتركيز على دورهم في التعامل الإيجابي والسلبي لهذه

الأدوات وسهلت عليهم الوصول للمعلومة والمساهمة في نشرها، ليبقى دور الشباب هو الفاصل في الحياد نحو ما هو عقلي ومنطقي وحقيقي، والحد من الاستخدام غير العقلاني الذي نشهده مؤخرًا من تشويه للحقائق وتداول الأخبار غير الصحيحة،والتعامل بلا وعي مع تدفق المعلومات و الأفكار، ناهيك عن السلوك الممارس الذي نشهده يوميًّا على مواقع التواصل الاجتماعي والوسائل الإعلامية الحديثة من خنوع لأيدولوجيات موجهة تخدم أطرافًا بعيدة عن كل مبادئ الأخلاق والإنسانية، متأملين بأن يكون الشباب اللاعبين الجدد في الدولة الحديثة وتقع عليهم مسؤولية أخلاقية تجاه أنفسهم ومجتمعاتهم، وإخراجهم من حالة الاغتراب التي تسود الأوساط الشبابية حتى وهم بين عائلاتهم وفي دولتهم ومجتمعاتهم.

وهذه بعض من المفاهيم التي يتناولها الكتيب، نقدمها كمفاتيح معرفية للإحاطة بمحتوى وأهداف الكتيب في التوعية بأهمية الشباب في عالم التكنولوجيا والتمييز بين الحقيقة وأيدولوجيا الإعلام.

الأيدولوجيا ـ الحقيقة ـ المعرفة ـ الشباب

مفهوم الأيدولوجيا

عرفت الأيدولوجيا لغويًّا بأنها علم الأفكار وهي كلمة دخيلة على اللغة العربية، عرفها المفكر المغربي عبدالله العروي بـ(أدلوجة) لتكون على الوزن الصرفي أفعولة (العروي، ص2003،26).

وتشير كلمة أيدولوجيا الى مجموعة من القيم والأخلاق والأهداف التي ينوي الفرد أو الجماعة تحقيقها على المدى القريب والبعيد.

وهنا يمكن أن تعرف عزيزي الشاب/ الشابة أن الأيدولوجيا تختلف من عصر إلى آخر، فقد عرفت في عصر من العصور على أنها الأفق الذهني الذي كاد أن يحد من فكر إنسان ذلك العصر، حيث يمتلك كل فرد أيدولوجيا خاصة به، متاثرًا بثقافته ومجتمعه وغيرها.

وبذلك تعد الأيدولوجيا من مكونات الثقافة في كل مجتمع، ومن هنا يأتي ارتباطها في المجتمع بأكمله.

ولنتوقف هنا عند تعريفٍ للأيدولوجيا، على أنها مجموعة القيم والأفكار التي تتبناها جماعة ما، فتؤثر في فكرها وتجعلها ترى الأشياء تبعًا لمنطقها هي لا منطق الأشياء، فهي وهمية غرضها إنجاز فعل

اجتماعي يحقق مصلحة تلك الأفكار والقيم، ولها أنواع عدة منها أيدولوجيا علمية وفكرية وطبيعية ودينية.

الأيدولوجيا لدى بعض المفكرين

أولًا: كارل ماركس (Marx Karl 1893 - 1987)

يرى ماركس في الأيديولوجيا أنها كلها طبقية، تخدم المصلحة الطبقية، ولا تطلق الماركسية على نفسها هذه الصفة؛ لأنها تدعي أن البروليتارية طبقة كونية تمثل انحلال الطبقات كلها فيها (ماركس، 84،1983).

أن الأيديولوجيا في الاستعمال الماركسي، تعد منظومة تعكس بنية النظام الاجتماعي، فينظر إلى الأيديولوجيا انطلاقًا من البنية الباطنية للمجتمع الإنساني الذي يتميز بإنتاج وسائل استمراريته، وأن الأيديولوجيا هي بمنزلة لغة وتمثل وعي الناس.

ثانيًا: فريدرك نيتشه

(Nietzche Friendrich 1844 - 1900)

استعمل نيتشه» الأيديولوجيا» باعتبارها مجموع الأوهام والتعليلات والحيل التي يعاكس بها (الإنسان/ الضحية) قانونَ

الحياة، فيَنظر إلى الأيديولوجيا انطلاقًا من الحياة بوصفها ظاهرة عامة تفصل عالم الجماد عن عالم الأحياء، وذلك باعتبار أن العقل (في التصور النيتشوي) عاجز عن خلق أي قيمة إذا لم يرتبط بالحياة، فمن يعادي الحياة بالنسبة لنيتشه، يلجأ إلى قيم زائفة ووهمية.

ثالثًا: سيغموند فرويد
(Cegmond Froed 1856 - 1939)

الأيدولوجيا عند فرويد هي مجموع الأفكار الناتجة عن التعاقل الذي يبرر السلوك المعاكس لقانون اللذة الضروري لبناء الحضارة؛ فينظر إلى الأدلوجة انطلاقًا من اللذة، وهي ميزة الحيوان وبالتالي ميزة الإنسان الأول؛ ما يسمح بالقول إن الأفكار (حسب فرويد) أوهام تخدعنا بها الرغبة الإنسانية لتصل إلى هدفها، وتعرية الأوهام من صبغة الحق التي يلصقها بها العقل المخدوع هي واجب العلم في رأي فرويد.

رابعًا: عبد الله العروي (1933 ـ إلى الآن)

وهنا نصل إلى أهم مفكري العرب الذي تناول مفهوم «الأيدولوجيا» وتطوره عبر تاريخ المجتمعات الإنسانية.

ومفهوم الأدلوجة عنده يقابل مفهوم الحق: الحق هو ما يطابق ذات الكون، والأدلوجة ما يطابق ذات الإنسان في الكون، نقول إن فلانًا ينظر إلى الأشياء نظرة أدلوجية نعني أنه يتخير الأشياء، ويؤول الوقائع بكيفية تظهرها دائمًا مطابقة لما يعتقد أنه الحق. (العروي، 98،2005)

فيما العروي في كتابه «مفهوم الأيديولوجيا» يتحدث عن الأدلوجة في نظرة كونية، و بأنها ليست بالنسبة للفرد قناعًا بقدر ما هي أفقه الذهني، فهو لا يستطيع القفز فوق حدودها، هي مرتعه الذهني والمنظار الذي يرى به ذاته ومجتمعه والكون كله.

ويشير أيضًا إلى أن الأدلوجة:

ـ قناع لمصالح فئوية إذا نظرنا إليها في إطار مجتمع آني.

ـ وهي نظرة إلى العالم والكون إذا نظرنا إليها في إطار التسلسل التاريخي.

مفهوم الحقيقة

يعرف معجم لاروس الحقيقة بأنها ما يمكن للعقل ويلزم به، أن يعطي موافقة على علاقة تطابق مع موضوع التفكير، في تناسق داخلي مع الفكر، ما يعني أن الحقيقة هي المعرفة الصحيحة للواقع الذي يمكن أن يكون موضوعيًّا.

ومن المسلمات عزيزي الشاب/ الشابة أن البحث عن الحقيقة هو غاية الفلسفة، فهي عند أفلاطون مثلا قيمة مطلقة تمامًا كالخير والجمال، ولكن ما ظل مثار جدل طويل بين الفلاسفة والمدارس الفلسفية هو مفهوم الحقيقة نفسها وكيفية الوصول إليها، خصوصًا أنها قد تلتبس أحيانًا في الأذهان وتختلط بالواقع.

ونظر الفلاسفة إلى الحقيقة كمعرفة وكعلم، والحقيقة التي شغلتهم منذ سقراط إلى أفلاطون وديكارت ونيتشه إلى هيراقليطس تنفتح على أكثر من سؤال، سؤال الكائن والميتافيزيقي والواقع والفصل بين الصواب والخطأ.

في وقتنا الحالي عزيزي الشاب/ الشابة يجب السعي لإيجاد الحقيقة إلى مالانهاية، فعلى سبيل المثال فيزياء نيوتن أقنعت العالم بأن الزمن مطلق، فيما فيزياء آينشتاين أظهرت العكس وأن الزمن

غير مطلق، وكنا أيضًا نرى أن الأرض مسطحة، أما اليوم فالحقيقة السائدة هي أن الأرض كروية، وغدًا قد يتم التوصل لحقائق أخرى تختلف عن اعتقادنا اليوم.

فالرسالة التي يجب أن تستوعبها هنا أن المفاهيم التي تقتنع بها الأغلبية تعتمد على مدى تمثلها في عصرنا ومجتمعنا وثقافتنا ويتداولها الناس في سلوكهم وأقوالهم وأفعالهم التي أتاحت وسائل الإعلام المختلفة ومواقع التواصل الاجتماعي لسرعة نشرها وتأكيدها بالصورة والصوت والأدوات الحديثة، مما يؤكد لنا هنا أن تلك الحقائق تقسم إلى نوعين: الحقيقة المنطقية، وحقيقة البحث أو ما فوق العقل.

الحقيقة لدى بعض المفكرين

أفلاطون (Plato 427 ق .م ـ 347 ق.م)

عالج أفلاطون أشكال الحقيقة في أسطورة سماها «أسطورة الكهف» حيث يدعونا إلى تخيل مجموعة من السجناء المحبوسين في هذا الكهف، مقيدي الأيدي والأرجل، ولا يستطيعون الفكاك أو الالتفات إلى الخلف، بينما توجد خلفهم كوة يدخل منها نور الشمس، وتوجد كل الأشياء الحقيقية، لكنهم لا يستطيعون

رؤيتها لأنهم مقيدون، لذا فإنهم يكتفون بالنظر أمامهم، ويرون ظلال الأشياء الموجودة خلفهم منعكسة في شكل صور أمامهم، وهكذا يألفون مع الوقت والعادة، رؤية تلك الظلال وكأنها حقائق.

حسب أسطورة الكهف فإن :

السجناء: يرمزون إلى كل الناس الموجودين في هذا العالم.

والظلال: تشير إلى أشباه الحقائق، أو ما ألفوا هم اعتباره حقيقة، وكان شرط الوصول إلى الحقيقة، حسب أفلاطون، هو التخلص من تلك القيود التي تكبلهم في الكهف.

أما القيود: فهي العادات والتقاليد والمعارف الشائعة التي تعلمناها من الكهف الذي نعيش فيه.

والكهف هو: هو المحيط والعالم الذي تربى فيه الفرد وتطبّع به.

هذه الظنون والمعارف الظنية، لا يمكن التخلص منها إلا عن طريق الحكمة، والشك الذي يشتغل به الفيلسوف من أجل الوصول إلى العالم الحقيقي، الذي سماه أفلاطون في أسطورته، بعالم المثل.

أرسطو (Aristotle 384 ق.م ـ 322 ق.م)

يختلف أرسطو مع أستاذه أفلاطون في الاعتقاد بوجود حقيقة ثابتة مفارقة لهذا العالم، فكل شيء في نظر أرسطو في هذا العالم عبارة عن جوهر (ماهية) وصورة.

والجوهر هو الحقيقة الثابتة التي على المفكر أن يصل إليها وأن يدركها في شكلها المطلق، لكن ذلك لن يتم إلا من خلال التمثل الحسي للصور، فمعرفة الصورة تساعد على معرفة الجوهر، لأن الحسي هو الطريق إلى المجرد والمعقول، شرط أن نعرف أن الحقيقة لا تتاح كاملة إلا بتجاوز الحسي.

فريدرك نيتشه (Nietzche Friendrich 1844 - 1900)

رأى فريدرك ألّا وجود لأحداث بل لتأويلات، وأنّ التأويل لا نهاية له لأننا يمكن أن نؤول التأويلات، ثمّ لا يمكننا أن نصادف حقيقة قصوى، ولا أن ننتج نظريات نتخذها مرجعًا، فالبحث عن الحقيقة هو نموذج القوى الارتدادية، إذ هو يميز بين نوعين من القوى: قوى ارتدادية وقوى فاعلة والهدف هو تحقيق التوازن بينهما، وفي تصوره أن القوى الارتدادية لا تستطيع إحداث أثرها دون بتر أو إلغاء قوى أخرى، وأن الحقيقة تتبدى دائمًا عن طريق نفي النماذج السابقة.

رينيه ديكارت (Rene Descartes 1596 - 1650)

ديكارت صاحب مقولة «أنا أفكر أنا إذاً موجود» لا يعترف بقيمة المعرفة الحسية، لذلك جعل من الشك الطريق الأساسي لبلوغ الحقيقة، وعليه فقد شك ديكارت في كل المعارف الموروثة، والمعرفة الحسية، واعتبر أن الحقيقة من إنشاء العقل نفسه، فالحقيقة هي ما ينتهي إليه الشك، وعلى هذا الأساس، لا يكون الحقيقي إلا ما هو واضح وبديهي ومتميز، وبتعبير آخر فإن معايير الحقيقة تتلخص في البداهة والوضوح والتميز.

الفارابي (875 م ـ 950 م)

يركز الفارابي في مفهوم الحقيقة على أداة العقل، باعتباره مشتركًا بين البشر جميعًا دون تمييز، وكان الفارابي يعتقد أن الحقائق الفلسفية كونية؛ أي تنطبق على جميع البشر أيًّا تكن أديانهم ومذاهبهم، وذلك بخلاف الأديان التي لا تنطبق حقائقها إلا على أتباعها فقط. وهنا يكمن الفرق الأساسي بين الحقيقة الفلسفية والحقيقة الدينية، فتعاليم الفلسفة العقلانية والمنطقية تنطبق على المسلم والمسيحي واليهودي دون أي تمييز لأن آلتها العقل، والعقل مشترك بين الناس كما قلنا، وليس محصورًا بأبناء طائفة واحدة أو دين واحد.

وما يتحدث عنه الفارابي يحيلنا إلى عبارة ديكارت الشهيرة: «إن العقل هو أعدل الأشياء قسمة بين البشر» وبالتالي، فقد سبق الفارابي ديكارت إلى هذه الفكرة الأساسية.

ابن رشد (1126 م - 1198م)

سعى ابن رشد إلى إدراك الحقيقة بالعقل، الذي يعده وسيلة المفكر الوحيدة والصحيحة لإدراك الحقيقة، فالعقل وسيلتنا إلى الحقائق الطبيعية، لأنه هو الذي ندرك به الموجودات التي تحيط بنا بأسبابها الفاعلة، وبأسبابها الذاتية، ولولاه لما كان لنا حدّ، ولا برهان، ولا علم حقيقي.

ويضيف أن العقل هو وسيلتنا التي تصل بها نفوسنا إلى معرفة ذواتها، وذلك حين يصل المرء إلى إدراك نفسه، ويصير العالم والمعلوم بالنسبة إليه شيئًا واحدًا، ولولا العقل لما كان لنا علم بوجودنا، وما نصبو إليه من سعادة وكمال(ابن رشد،193،1983).

وهنا نعود لطرح الأسئلة عليكم أيها الشباب.

هل الإنسان مؤهل للبحث عن الحقيقة والعناية بها كما كان ابن رشد؟

وإذا كانت الفلسفة وليدة الدهشة، فما وجه الاندهاش الذي

تدعونا حداثة التطور التكنولوجي لوسائل التواصل الاجتماعي والإعلامي للتعامل معها بحكمة وعقل وبحث لا يتوقف ؟ فالحقيقة متعددة، فما هو حقيقي عند طرف، ليس كذلك عند الآخر.

مفهوم المعرفـة

المعرفة أو ما يعرف بـ(الأبستمولوجيا) هي فرع فلسفي يدرس طبيعة المعرفة الإنسانية، وإمكانتها، وأنواعها،ومصادرها، وحدودها، وقيمتها، وكلمة epistemology مشتقة من كلمتين يونانيتين هما:

episteme وتعني معرفة knowledge ،وlogos وتعني نظرية والأبستمولوجيا هي نظرية المعرفة knowledge of theory .

وتسعى المعرفة «الأبستمولوجيا» إلى الاجابة عن جملة من الأسئلة يقع في موضع الصدارة منها ما يلي:

1 - ما المعرفة؟

2 - هل المعرفة ممكنة؟

3 - ما الذي يمكن أن نعرفه؟

4 -كيف نحصل على المعرفة؟

5 -كيف تكون اعتقاداتنا مسوغة أو مقبولة؟

6 - ما قيمة المعرفة؟ وما الذي يجعلها حالة جيدة؟

من المعروف أن نظريـة المعرفة بصفتها مبحثـًا فلسفيًّا متخصصًا

لم تعالج إلا في الفلسفة الحديثـة، مع أن موضوعاتها و مباحثها واتجاهاتها الرئيسية العامة بحثت قديماً في تاريخ الفلسفة، إلا أنها كانت تبحث ضمن موضوعات أخرى مثل مباحث النفس والميتافيزيقيا والمنطق كما هي الحال في الفلسفة اليونانية عنـد أفلاطون وأرسطو وغيرهما.

لتعلم عزيزي الشاب/ الشابة أن العلماء والفلاسفة لم يتفقوا على تعريف واحد وثابت للمعرفة ، حيث عرفها كل منهم حسب وجهة نظره ورأيه الخاص ، مع استمرار وضع تعريفات ونظريات جديدة تنافس السابقة لها.

فما المعرفة من وجهة نظرك أنت الشاب، الشابة ؟

ببساطة يمكن أن تعرف المعرفة بأنها الإدراك وفهم الحقائق من خلال التفكير المجرد أو من خلال اكتساب المعلومة عبر التجارب والخبرات أو التأمل في الذات أو الاطلاع على تجربة الآخر وقراءة استنتاجاته، ولا سيما أن المعرفة ترتبط بالبديهة وكشف المجهول والتطورات التقنية.

هل تتفق مع هذا التعريف للمعرفة أيها الشاب/ الشابة؟ أم لديك معنى آخر للمعرفة ؟

إن قاموس أكسفورد عرفها بأنها الخبرة والمهارة المكتسبة عن

طريق التجربة والتعلم والاستيعاب العلمي والنظري لمجال ما.

والأبستمولوجيا عزيزي الشاب/ الشابة هي نظرية المعرفة العلمية فقط، ولها أنواع عدة منها:

ـ المعرفة الحسية: التي تقوم على ملاحظة بسيطة لما تشاهده العين وتسمعه الأذن وتلمسه اليدان، وتكون هذه الملاحظة في أغلب الأحيان غير مقصودة، ولا تلفت نظر الملاحظ للتعرف إلى العلاقات الحادثة بين الظاهر والأسباب المؤدية لحدوثها.

ـ المعرفة الفلسفية: تقوم على إمعان الفكر في الأسباب المخفية والبعيدة.

ـ المعرفة العلمية: تعتمد بشكل أساسي على الملاحظة المنظمة للظواهر ووضع الفرضيات المناسبة لها والتحقق معها بإقامة التجارب وجمع المعلومات وتحليلها(هشام،165،1989).

المعرفة لدى المفكرين

فعند أفلاطون مثلًا هي تذكار تحمله النفس من عالم المثل، فيعرفها بأنها الإيمان الحقيقي الذي تم تبريره، أما عند أرسطو فهي وليدة الإدراك الحسي والتجريد العقلي.

أما عند الفلاسفة المسلمين فيرى الكندي أن المعرفة قائمة على

الحس بالدرجة الأولى ثم يأتي العقل فالوحي والإلهام وهذا الأخير يختص بالأنبياء وحدهم وأطلق على هذه المعرفة بالمعرفة الإلهية.

وعند الفارابي يؤكد أن المعرفة تأتي عن طريق الحس، وإدراك هذه الحواس يكون للجزئيات وعن الجزئيات تحصل الكليات، والكليات هي التجارب على الحقيقة وهذه التجارب هي أوائل المعرفة ومبادئ البرهان.

ثم يأتي العقل عند الفارابي بالمرحلة الثانية، حيث العقل عنده ستة عقول (العقل بالقوة، العقل بالفعل، العقل المستفاد، العقل الفعال، والتعقل، ثم العقل الذي يردده المتكلمون حينما يقولون هذا ما يوجه العقل أو ينفيه أو لا يقبله.

وبرزت «الأبميستولوجيا» في الفلسفة أثناء الفترة الحديثة المبكرة في نزاع بين التجريبين (جون لوك،ديفيد هيوم، جورج بيركلي) والعقلانيين(رينيه ديكارت، باروخ سبينوزا، غوتفريد لابينتس) وكان النقاش يدور بين الطرفين حول أسئلة عديدة تثار بين الحين والآخر حول المعرفة ومصادرها، وفي مقدمتها سؤال: هل تأتي المعرفة في المقام الأول من الخبرة الحسية التجريبية؟

ويرى الفيلسوف كانط أنه على الرغم من أن جميع معارفنا تبدأ بالخبرة، فلا يعني ذلك بأي حال أن جميع المعرفة ناشئة عن

الخبرة، وفي القرن التاسع عشر انخفض الاهتمام بمبحث المعرفة الأبيمستولوجيا.

وللمعرفة مذاهب عدة منها:

ـ المذهب العقلي: يقوم على وجود مبادئ عقلية بديهية تتميز بالضرورة والشمول وأن العقل هو المصدر الأول للمعرفة الحقيقة وهو قوة فطرية في الإنسان.

ـ المذهب التجريبي: يؤكد على أن المعرفة مجرد نتاج للتجارب والإحساس ولا وجود لأي معرفة خارج نطاقهما.

ـ المذهب النقدي: يقول بأن مصدر المعرفة هو العقل والحس معًا، فبعض المعارف قبلية سابقة على التجربة مثل مفاهيم الزمان والمكان وبعضها لاحقة على التجربة. (هشام، 1989، 95)

هذه الاتجاهات تساعدنا على معالجة الحقائق والمعارف والأفكار التي تصلنا من اتجاهات متعددة، لنطرح هنا أسئلة:

ما المعرفة من وجهة نظرك؟ هل هي الخبرة والمهارة المكتسبة؟!

ما طبيعة المعرفة؟ فطرية أم مكتسبة؟!

ما مصادرها؟ الحواس أم مصادر أخرى؟!

ما مجالاتها؟ كل المجالات أم بعضًا منها؟!

ما أشكالها؟ هل هي حقائق علمية، أم مفاهيم علمية؟!

ما مراحل التطور المعرفي؟ هل المرحلة الحسية من مراحلها ؟ وماذا بعدها؟

الفصل الثاني

تناول هذا الفصل :

- وسائل الإعلام ونشأتها (المكتوب والمسموع والمرئي والإنترنت)
- الإعلام وتحولاته
- التحيز الإعلامي
- أساليب تضليل الرأي العام

وسائل الإعلام ونشأتها

لنبدأ عزيزي الشاب/ الشابة للاطلاع على موجز مبسط لتاريخ نشأة وسائل الإعلام القديمة، التي أخذت بالتحول والتطور نتيجة التطور التكنولوجي والمعلوماتي الذي أضفى عليها شكلًا ومضمونًا جديدين.

1- الوسائل المقروءة:

بدأت بالطباعة على يد العالم الألماني يوهان غوتنبرغ، وذلك منذ عام 1440م، إلى أن ظهرَت أوّل صحيفة ألمانيّة في العالَم عام 1605م، ثمّ تلاها صدور أوّل صحيفة باللغة الإنجليزيّة عام 1620م، ليشهد القرن السادس عشر اختراعًا طوَّر وسائل الاتِّصال التي تشمل الوسائل المقروءة ما يُمكن طباعته كلّه من أوراق، وصُحُف، وكُتيِّبات، ومَجلّات، ودوريّات، ونشرات، ولافتات، كما أنّ الصحافة هي من الوسائل التي ما زالت مُسيطرةً على المجال الإعلاميّ على الرغم من التطوُّر الإعلاميّ الذي نشهده الآن.

ويشار عزيزي الشاب/ الشابة إلى أنّ الطباعة كانت في الماضي حِكرًا على الطبقة الثريّة؛ نظرًا لاستخدام أداة مُتطوِّرة متاحة

للأغنياء فقط، الأمر الذي تغيَّر في الوقت الحاليّ؛ بسبب تعدد وسائل الإعلام الإلكترونيّ، الذي أتاح لنسبة عالية من سكان الأرض بفئاتهم المختلفة لنشر المعلومة وتداولها.

2- الوسائل المسموعة

وهي الوسائل التي تنقل الأخبار من خلال السَّمع فقط، ومن هذه الوسائل: الإذاعة، والتسجيلات الصوتيّة، حيث تُعد الإذاعة وسيلةً إعلاميّةً مسموعةً واسعة الانتشار مُقارنة بالوسائل المسموعة الأخرى، كما أنّها تختلف عن الوسائل المقروءة، مثل الصحافة، بتعدِّيها الحدود الزمانيّة، والمكانيّة؛ إذ إنّها تصل إلى كلّ مكانٍ، وطوال اليوم، وهي وسيلةٌ تُرضي مختلف الأذواق، والأعمارٍ، والمُستويات التعليميّة، والثقافيّة.

ولتعلم عزيزي الشاب/ الشابة أنّ الوسائل الاتِّصالية المسموعة تطوَّرت عَبر العديد من المحاولات، منذ ثلاثينيّات القرن التاسع عشر؛ فقد دأب العالِمان: ماكسويل، وهيوز على تطوير النظريّة الكهرومغناطيسيّة، ممَّا ساهم في اختراع التلغراف، ثمّ ظهرت الموجات الهرتزيّة التي اكتشفها هاينريش هيرتز عام 1888م، ثمّ بدأ العالِم تسلا عام 1893م باستخدام

الطاقة اللاسلكيّة كوَسط ناقل للموجات الصوتيّة إلى أن بدأ أوّل بَثٍّ إذاعيّ في أوائل القرن العشرين، وفي عام 1920 كانت أول محطة بث إذاعي باسم KDKD .

3- الوسائل المرئيّة والمسموعة

بدأت هذه الوسائل؛ نتيجة لتضافُر جهود عالِمَين، وذلك بدَمج اختراعَيهما؛ ففي عام 1830م دَمَج صمويل مورس التلغراف مع اختراعه المعروف بشفرة مورس، حيث استطاع من خلاله إرسال أوّل رسالة تلغرافيّة عام 1844م، ممّا أحدث ثورة في مجال الاتِّصالات آنذاك، ثمّ جاء ألكسندر غراهام باختراعه للهاتف عام 1876م، الذي تمّ عبره تحويل الإشارات الصوتيّة إلى إلكترونيّة، وقد شهد هذا الاختراع تطوُّرًا تقنيًّا في تسعينيّات القرن العشرين، أمّا التلفاز، فقد كان وسيلة الاتِّصال الجماهيريّة، حيث تمّ التوصُّل إلى اختراعه بعد عدّة محاولات، واختراعات مُتفرِّقة، ومن الجدير بالذكر أنّ تاريخ أقدم أشرطة البَثّ التي كانت تبثُّ الأخبار، والأحداث بشكل غير مباشر يعود إلى ما بَعد الحرب العالَميّة الثانية.

وانطلق البث التلفزيوني المنتظم للمرة الأولى في موسكو في عام 1939، حيث وظف السوفيات ريادتهم في مجال الفضاء في

الإرسال عبر الأقمار الاصطناعية، لتصبح محطة موسكو من أوائل المحطات التلفزيزنية في العالم التي بثت برامجها فضائيًّا الى العالم.

4- شبكة الإنترنت

كما تعلم عزيزي الشاب / الشابة فإن الإنترنت يعد الآن وسيلة جديدةً للتعليم، والترفيه، والتجارة، والإعلانات، والمحاورات، والنقاشات باختلاف الحدود الزمانيّة، والمكانيّة، وذلك من خلال مختلف المواقع ذات التخصُّصات المُتعدِّدة، وإضافة إلى ذلك، فإنّ شبكة الإنترنت ترفع من تجربة المستقبل التفاعُليّة، وذلك من خلال خدمة البريد الإلكترونيّ، وشبكات التواصُل الاجتماعيّة، علماً أنّ مضاعفة سُرعة التواصُل، ونَقل المعلومات تُعد من أهمّ الميِّزات التي أضافتها شبكة الإنترنت، ممّا جعلها من أكثر الوسائل المناسبة للاستخدام في العصر الحاليّ، أمّا في ما يتعلَّق ببدايات ظهور مصطلِح الإنترنت، فإنّها تعود إلى العام 1973م لتبدأ شبكة الإنترنت العالَميّة، أو ما يُعرَف بالمواقع الإلكترونيّة على الشبكة العنكبوتيّة عام 1991م، وفي عام 1994م، تمّ إنشاء أوّل موقع؛ لتبادل رسائل البريد الإلكترونيّ. وبالنظر إلى ما يُعرَف ب(وسائل التواصل الاجتماعيّ)، فقد بدأت بمنصّة (فيسبوك) عام 2004م، لتليها في عام 2005م منصّة (يوتيوب)؛ لتبادُل، ونَشْر مقاطع

الفيديو المُسجَّلة، ثمّ كان العالَم مع موعد لمنصّة جديدة، وهي (تويتر) المُخصَّصة؛ للتدوين المُصغَّر، وتوالت المنصّات، وتعدَّدت أشكالها، حيث رافق ذلك تطوُّرٌ هائلٌ، ومُتسارعٌ في إمكانات الهواتف الذكيّة، وتطبيقاتها.

هل يمكن إضافة وسيلة خامسة، مثلًا هل الإقران وسيلة من وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي؟

الإعلام وتحولاته

إن التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام والاتصال المختلفة فرض تحولات كبيرة في عملية الاتصال والتواصل بين الأفراد، والتي أصبحت أكثر تفاعلية وتشاركية في إنتاج الحدث والمحتوى.

وهذا بدوره عزيزي الشاب/ الشابة أنتج بيئة إعلامية جديدة وممارسات جديدة لم تكن المنطقة العربية بمعزل عن صيرورتها وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية، بل يمكن القول أن المجتمعات العربية كانت الأكثر تفاعلًا وتغيرًا مع كل هذه التحولات، هل تعرف لماذا؟

جاء هذا التفاعل بحكم تعطشها للحريات، نتيجة التداعيات السلبية التي عاشتها المنطقة في ظل الهيمنة والاستعمار والاستبداد والظلم، وسيطرة الحكومات على وسائل الإعلام وفرضها لمنطق أحادية الطروحات والتوجهات، فما كان نتيجته، في حرم المجتمعات من وسائل إعلام مستنيرة تطلق عنان أدوات التعبير الحرة، فكان للتحولات الجديدة في عالم الاتصال والإعلام فرصة ثمينة أتاحت للجميع ـ ولكم تحديدًا أيها الشباب ـ باعتباركم الأكثر استخدامًا وتأثرًا لوسائط ومنصات الاتصال، منبرًا

ونافذةً لإشباع الحاجات لمحتوى وأخبار وأفكار غير موجهة من قبل الدولة، ما كرس تحولًا في السلوك الاتصالي الاجتماعي للمستخدم اتجاه الإعلام الاجتماعي وشبكاته المتعددة التطبيقات.

هل ما جاء سابقًا يفسر سلوك ودوافع الشباب في المجتمعات العربية عامة تجاه استخدامها لساعات طويلة لشبكات التواصل الاجتماعي ؟

هنا يجب تأكيد أنه يجب الربط بين دوافع الاستخدام والإشباعات التي يحصل عليها الشباب من خلال استخدامه لهذه الوسائل التي تستجيب لحاجات الفرد الاجتماعية والفكرية والنفسية والثقافية والمعيشية ...الخ

وهل تلحظ أيضًا عزيزي الشاب/ الشابة أن التحولات المتسارعة لوسائل الإعلام والاتصال أصبحت تنافسية فيما بينها، لما لها من دور كبير وأساسيٍّ لصناعة الحدث في ظل الطفرة الإعلامية والتكنولوجيةً الكبرى في العالم؟

ليس هذا فحسب، بل إن زيادة وسرعة وقوة وتيرة الحضور الإعلامي في الحدث أينما كان، أدى إلى أن الإعلام في كثير من الأحيان هو الذي يحيك الحدث بكل تفاصيله، ويتوقع نتائجه التي تخدم أجندته، نتيجة التقنية الهائلة والفائقة التي تستخدمها كل

وسيلة إعلامية بحرفية عالية، لتطرح الأحداث بالطريقة والشكل اللذين يناسبان الرأي الخاص بوسيلتها الإعلامية المستخدمة، بما يخدم أهدافها الثقافية والسياسية والفكرية والأيدولوجية التي تصب في مصلحتها

لنبدأ عزيزي الشاب/ الشابة في أخذ لمحة سريعة عن تحول الإعلام التقليدي الذي عرف بإعلام الدولة، في مقابل الإعلام الرقمي الحديث الذي اتصف بالإعلام المفتوح والمتاح للجميع دون قيود وتأطير في ظل التطور التكنولوجي لعالم التواصل والإعلام الحديث.

إن وسائل الإعلام الرسمية التقليدية كما سبق وذكرنا (الصحف الورقية،الراديو، التلفزيون) أيضًا لم تنأَ بنفسها عن هذه التحولات التي فرضها عالم التكنولوجيا المتسارع، ولكن ما زالت هذه الوسائل مقيدة بأطر الدولة وأيدولوجيتها مما أدى إلى ضعف أدائها وقلة متابعيها أمام وسائل الإعلام غير الرسمية التي تتمتع بسقف أعلى من الحرية إذا جاز التعبير.

أشارت دراسة بحثية عام 2018 حول الإعلام الاجتماعي وتحولات البيئة الاتصالية العربية، مستندة إلى أداتيين منهجيتين:

الأولى: المقابلات مع عينة من 72 فردًا من مستخدمي ونشطاء

الشبكات الاجتماعية موزعين على 18 دولة عربية ، بواقع أربعة أفراد من كل دولة ، بين فئتين عمريتين الأولى: (16-25) والثانية (26-60).

الثانية: القراءة التحليلية لتقرير «وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي» والذي بني على عينة واسعة النطاق شملت 7000 فرد من مستخدمي الشبكات الاجتماعية موزعة بالتساوي بين 18 بلدًا من العالم العربي .

وتشير الدراسة إلى أن هناك قطيعة بين الجيل الرقمي ووسائل الإعلام التقليدية، فالتلفزيون الذي كان يحظى بأكثر أوقات الاستهلاك الإعلامي قبل ظهور الإنترنت والوسائط التكنولوجية الذكية ، لم يعد يلقى ذلك الإقبال عند الشباب العربي ، إذ لا يحظى هذا الوسيط الإعلامي سوى بمتوسط مشاهدة يتراوح بين ساعة وساعتين يوميًّا عند الفئة العمرية الأولى (ما بين 16-25 سنة) علمًا بأن الجزء الأكبر من تلك المشاهدة تحتكره البرامج الرياضة المباشرة أو البرامج الترفيهية المباشرة أيضًا.

في مقابل ذلك تشير الدراسة إلى ارتفاع مشاهدة التلفزيون إلى مستوى أعلى عند الفئة العمرية الثانية من (26-60) بمتوسط مشاهدة يفوق الثلاث ساعات يوميًّا، وتختلف الأولويات لهذه

الفئة في استهلاكها للبرامج التلفزيزنية عن أولويات الفئة العمرية الأولى، إذ تأتي البرامج الإخبارية والسياسية ضمن أولوياتها، تليها البرامج الرياضية والترفيهية .

كذلك جاءت وتيرة قراءة الصحف المطبوعة منخفضة جدًّا، بمتوسط مرة واحدة في الأسبوع عند الشريحة العمرية الأولى لترتفع إلى متوسط أربع مرات أسبوعيًّا عند الشريحة العمرية الثانية .

أما الاستماع للإذاعة فلم يعد من اهتمامات الفئة الأولى سوى عند أقلية قليلة وبنسبة لا تتجاوز الساعة أسبوعيًّا ، بينما لا يزال يحظى باهتمام الشريحة العمرية الثانية بمتوسط ساعة يوميًّا، تتوزع حسب الترتيب المصرح به بين البرامج الإخبارية والسياسية ، ثم البرامج الرياضية والبرامج الترفيهية.

وتشير الدراسة إلى أن توجه أفراد العينة نحو هجرة وسائل الإعلام التقليدية يأخذ في الانعكاس كلما زاد عمر الفرد فوق الخمسة وأربعين سنة، إذ أن الميل لمتابعة شاشات التلفزيون والاستماع إلى الإذاعة عبر المذياع وكذلك مطالعة الصحف الورقية يوميًّا يتزايد الى نسب مرتفعة كلما اقترب الفرد من سن الخمسين، وهذا في كل الدول العربية دون استثناء.

وقد بررت عينة الدراسة في هذه الفئة العمرية أن من فاقوا الخمسة والأربعين من عمرهم تمسكهم بالوسائط التقليدية بعبارات مثل:

«وسائط جامعة وليست مفرقة»

«وسائط غير معقدة الاستخدام»

«وهم يسيطرون عليها وليس العكس»

بينما برروا نفورهم من استخدام الوسائط الاتصالية الحديثة بعبارات مثل:

إنها «مضيعة للوقت»

«لا أريد أن أكون عبدًا لتلك الوسائط كما هم شباب اليوم»

أو «وسائط انقطاع اجتماعي وليست وسائل تواصل اجتماعي»

وفي الجهة المقابلة أشارت الدراسة إلى مبررات أغلب عينة الدراسة من الفئة العمرية الأولى بين(16-25 سنة) هجرتهم للوسائط التقليدية بعبارات مثل:

«إعلام العصر الحجري»

«محتويات لا تتماشى مع أذواقهم»

إنها» مجرد ساحة لإعلام رسمي كاذب ومخادع»

أو «ليس لديهم وقت كاف لتخصيصه لتلك الوسائط» .

أما مبررات إقبالهم على وسائط التواصل الحديثة ومنصاتها التواصلية فدارت حول تعابير مثل:

إنها «وسائط العصر ويجب علينا التحكم فيها»

«أصبحت ضرورية وعملية في وقتنا الحالي»

«لا يمكن العيش بمعزل عن العالم الافتراضي»

«تتيح الكثير من الفرص المهنية والاجتماعية»

وأنها «وسائط الإعلام الحر والحقيقي».

وبذلك فإن الدراسة تشير إلى أن القطيعة بين الجيل الرقمي الذي يؤمن بأدوات الاتصال والإعلام الجديد وبين الجيل القديم الذي يفضل الأدوات الإعلامية القديمة، تؤشر إلى طفرة كبيرة في البنية الإدراكية والمعرفية للبشرية وليس لشعوب العالم العربي.

كما تشير الدراسة إلى توجه المؤسسات التعليمية مؤخرًا نحو فرض الكتاب المدرسي الإلكتروني، والإكثار من الصور والمحتويات التفاعلية والتقليل من المحتويات الخطية، كشكل من أشكال التكيف مع الحتمية الإدراكية/ المعرفية التي فرضتها وسائط التواصل الجديدة.

إن التحول في وسائل الإعلام والاتصال أثر في التحول

الأيدولوجي للمجتمعات، والعربية تحديدًا، فقد أصبح الجيل الرقمي يغلب عليه خيارات فكرية تؤمن بمبدأ الحرية الفردية، وحرية التعبير، وحرية الاختيار، ولم يعد يحتمل أحادية الطرح والفكر المنغلق.

إن التحول في وسائل الإعلام والاتصال أصبح فضاءً لإبراز مختلف أشكال الإبداع الذاتي لمن لم يتسنى له التعريف بمهاراته في العالم الحقيقي، ومكتبة لمن لا كتب ولا موسوعات لديه، ومدرسة متعددة التخصصات، ومكتب تشغيل لمن لا وظيفة له.

بالإضافة إلى أن إعلام الشبكات الجديد يتميز بمعيار الآنية الذي بات الإعلام الشبكي يتفوق في جزئيته على الإعلام التقليدي، بفضل سرعة إنزال الأخبار أو صورها بمجرد وقوع الحدث، أنها لا تخضع في طبيعة عملها لنفس معايير التدقيق المهنية التي تتبعها وسائل الإعلام التقليدية.

إننا الآن أمام تحول بارز على مستوى الإعلام بشكل عام سواء إعلام رسمي تقليدي أو إعلام جديد بأدواته المختلفة، فأصبح العالم مفتوحًا ومتاحًا لكل فرد دون قيود، ومهيمنًا في خلق الأحداث السلبية والإيجابية، بحرفية عالية، مما يستدعي التنبه لنتائجه على المستوى الفردي والجمعي وآثاره مستقبلًا على الأجيال والمجتمعات.

التحيز الإعلامي

هناك أسئلة عديدة تطوف في مدارات الفكر عن التحيز أو الانحياز نحو فكرة أو معلومة أو اتجاه أو أيدولوجيا ....إلخ، نحاول هنا أعزائي الشباب تسليط الضوء على التحيز الذي تمارسة غالبية وسائل الإعلام المتنوعة، إضافة الى دور مواقع الاتصال الاجتماعي والإعلامي في هذا المجال، وأول ما يتبادر إلى أذهاننا، ماذا نعني بالانحياز الإعلامي؟

هو الانحياز الذي يمارسه الصحفيون ومنتجو الأخبار داخل وسائل الإعلام في اختيار العديد من الأحداث والقصص التي يتم الإبلاغ عنها وكيف تتم تغطيتها.

ويعني الانحياز الإعلامي انحيازًا واسع النطاق وانتهاكًا لمعايير الصحافة ليس فقط من منظور الصحفي أو المقالة الصحفية، بل تشمل أيضًا القيود العملية على حيادية وسائل الإعلام التي تفرض على الصحفي أو الوسيلة الإعلامية وتقييد قدرتهم على ممارسة الحياد في كتابة ونقل ونشر المعلومة و الإبلاغ عن جميع القصص والحقائق المتاحة بمصداقية وشفافية.

وعندما نتحدث عن مفاهيم مثل: الحياد والتحيز والحقيقة ووسائل الإعلام، تستوقفنا بعض الأسئلة المهمة منها:

ـ هل وسائل الإعلام منحازة للحقيقة أم منحازة للمعلومة كما تصلها من مصدرها ؟

ـ هل مصدر المعلومة يقدم حقيقة أم يروج لخبر يخدم أهداف موجهة؟

ـ هل تقوم وسائل الإعلام بالتحقق من المعلومة والحدث قبل تبنيها ونشرها؟

ـ هل وسائل الإعلام أداة فاعلة في تشويه الحقائق؟ أم هي أداة لفلترة المعلومات المتدفقة من وسائل إعلام وتواصل متعددة ؟

ـ هل العاملون في الإعلام ومستخدمو وسائط التواصل مؤهلين لنشر الأخبار والمعلومات؟

ـ هل أنتَ/ أنتِ مع وجود قوانين وضوابط لنشر الأخبار والمعلومات؟

ـ هل تعتمد عزيزي الشاب / الشابة على وسيلة إعلامية معينة لتقصي الحقيقة في أي خبر أو حدث؟

ـ ما شكل الوسيلة التي تفضل أن تتبعها للوصول للحقيقة؟

ـ ما مدى أهمية وسائل الإعلام لديك للحصول على المعلومة؟

ـ هل أنتَ/ أنتِ مهتم بالوسائل الإعلامية التقليدية أم تفضل وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة لتأكيد ما يتم نشره من معلومات؟

لتعلم عزيزي الشاب/ الشابة أن الصحافة ترتبط بمجموعة من المعايير والقيم والأخلاق، بما في ذلك الحقيقة والدقة والنزاهة والمساءلة، ولكن هل الصحافة ملتزمة بهذه المعايير؟

أثبتت بعض الدراسات العلمية أن 27 % من الناس يعتقدون أن مصادر الأخبار التقليدية تبلغ عن أخبار مزيفة أو أكاذيب أو محتوى مضلل عن قصد .

ومع انخفاض الثقة في وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الحديثة ماذا يجب أن نتعلم؟

يجب أن يتعلم الشباب كمستهلكين للوسائط الإعلامية المختلفة كيفية الوقوف والانتباه لأنواع التحيز الإعلامي، والوقوف عندها ونقدها والبحث حول الحقيقة التي لا يمتلكها أحد، بل يمكن الاقتراب منها قدر الإمكان.

وإليكم أهم أنواع التحيّز الإعلامي:

أولًا: الخروج عن الحقائق الموضوعية

يتمثل في أن يقدم صحفي وبلغة غامضة وغير مفهومة قصة معينة، يخرج بها عن الحقيقة الموضوعية القابلة للقياس، وهذا الخروج عن الحقائق الموضوعية يشكل التحيز لأهداف وأيدولوجيا الوسيلة الإعلامية التابع لها .

ثانيًا: الأخبار غير المدعّمة بالأدلة

أحيانًا لا تدعم تقارير الصحفيين أي أدلة مدعّمة للخبر والمعلومة، أو يجبر الصحفي على عدم وضع أدلة، أو وضع أدلة غير حقيقية.

وهذه الأخبار غير المدعّمة بالأدلة تساهم في توفير الفرص أمام المنتديات والمواقع الإخبارية في نشر بعض القصص والتقارير الإخبارية التي تكون مزيفة في مضمونها.

ثالثًا: تقديم الآراء الشخصية على اعتبار أنها حقيقية

يلجأ بعض الصحفيين إلى الآراء الشخصية في تدعيم الخبر، وأيضًا تقوم معظم المؤسسات الإعلامية في نشر القصص والوقائع، وذلك من خلال تدعيمها بالآراء الذاتية.

رابعًا: إثارة القارئ

إن التقنيات الحديثة المستخدمة في الإعلام، تساعد على إثارة

القارئ والمستمع والمشاهد في إقناعه بالخبر والمعلومة والحدث، مساهمة بذلك في تضليل المحتويات الإعلامية، وبالتالي تساعد في عملية تحيز الوسيلة الإعلامي لأهدافها.

ولكن ماذا نحتاجه في هذا العالم المعولم والمتنوع الأفق، الذي يواجه به الشباب وغيرهم تدفق هائل في المعلومات والأخبار والأحداث؟

هل نحن بحاجة إلى منظومة أخلاقية تتسع للكم الهائل من الآراء التي أصبحت تحكم عالمنا الصغير لنكون أكثر موضوعية؟

عزيزي الشاب / الشابة

من غير الممكن الحديث عن موضوعية كاملة أو تامة في مجال الإعلام والتواصل الإنساني، لأنه لا يوجد شخص أو أي وسيلة إعلامية متجرد من أفكاره ومشاعره على مستوى الفرد وعن أيدولوجيتها عل مستوى الوسيلة الإعلامية التواصلية.

فهناك دائماً انحيازات إنسانية طبيعية ومشاعر وعواطف، ومكاني وزماني بما يخص المؤسسات الإعلامية والتواصلية، وهناك دائما أفكار وأيدولوجيات تحرك الأفراد والمؤسسات وتؤثر في تقويماتهم وأفعالهم.

أساليب تضليل الرأي العام

لا يمكن النظر إلى كل ما يقال في الإعلام على أنه يمثل الحقيقة الكاملة، فكثير من وسائل الإعلام يخفون أجنداتهم وخطّتهم الحقيقية باستخدام الإعلام والدعاية، اللذين لهما الدور الأبرز في تشكيل الرأي العام وتكوينه، فبفضلهما تنشأ حركات اجتماعية أو تندثر ، وتبسط وتخفف بعض الأزمات الاقتصادية، وتبرر الحروب، ويتم تأجيج الخلافات بين الآراء المختلفة، هكذا يقول المفكر والفيلسوف والناقد الأمريكي فرام نعوم تشومسكي(1928 ـ إلى الآن) وهو أستاذ اللسانيات الحديثة وعالم المنطق، إضافة إلى أنه مؤرخ وناقد سياسي، اشتهر بنقده للسياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية ورأسمالية الدولة ،ووسائل الإعلام الإخبارية العامة .

يجيب المفكر والناقد « نعوم تشومسكي » عن سؤال مفاده: كيف يؤثر الإعلام فينا نفسيًّا من خلال تقديمه لعشر إستراتيجيات يسلكها الإعلام الموجه بأشكاله كافة لأحداث تلك التأثيرات النفسية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية، وبالرغم

من أن بعضًا من هذه الأدوات واضحة، إلّا أنها لا تزال على قدر من الفاعلية والتأثير على الناس، ومن وجهة نظر بعضهم فإن هذه الأدوات مهينة وتعزز الغباء.

استند «تشومسكي» في بناء هذه الإستراتيجية إلى وثيقة سرية يعود تاريخها إلى عام 1979، وتم العثور عليها سنة 1986 تحت عنوان «الأسلحة الصامتة لخوض حرب هادئة» وهي عبارة عن كتيب صغير للتحكم في البشر والسيطرة على المجتمعات.

وقدم «تشومسكي» إنتاجات فكرية عديدة عن التضليل الإعلامي وأفرد العديد من الكتب أهمها كتاب «السيطرة على الإعلام» الذي يلخص به مدى التحكم والسلطة التي قد تصل إليها وسائل الإعلام؛ فتحول آراء الشعب من النقيض إلى النقيض، وتصنع رأيًا عامًا يتناسب مع هوى السلطة، حتى لو كان مختلفًا مع قناعات الناس، من خلال عشر استراتيجيات يسلكها الإعلام للإلهاء والتحكم في الإنسان وعقله ليقنعه بتوجهه وأيدولوجيته وأهدافه، وهي:

1- إستراتيجية الإلهاء

نقتبس هنا هذه العبارة من وثيقة أسلحة صامتة من أجل خوض حروب هادئة «حافظوا على تحويل انتباه الرأي العام بعيدًا

عن المشاكل الاجتماعية الحقيقية واللهو بمسائل تافهة لا أهمية لها، وأبقوا الجمهور مشغولاً، دون أن يكون لديه أي وقت للتفكير، إذ عليه العودة إلى المزرعة مع غيره من الحيوانات الأخرى».

وفي هذه النقطة يضيف «تشومسكي» «إن عنصرًا أساسيًّا في التحكم الاجتماعي هو إلهاء انتباه العامة بالقضايا والتغيرات الاجتماعية الهامة التي تحددها النخب السياسية والاقتصادية، من خلال تصدير كم كبير من الإلهاءات والمعلومات التافهة، وتتضمن تلك الإستراتيجية أيضًا منع العامة من الاطلاع والمعرفة الأساسية بمجالات العلوم والاقتصاد وعلم النفس والعلوم البيولوجية.

2- خلق المشكلة وتوفير الحل

تستخدم هذه الإستراتيجية عندما يريد من هم في السلطة أن يمرروا قرارات معينة قد لا تحظى بالقبول الشعبي إلّا في حضور الأزمة التي تجعل الناس أنفسهم يطالبون باتخاذ تلك القرارات لحل الأزمة، وتعرف بطريقة «المشكلة ـ رد فعل ـ الحل» من خلال اختلاق موقف أو مشكلة يستدعي رد فعل الجمهور فعلى سبيل المثال: دع العنف ينتشر في المناطق الحضارية أو قم بالتحضير لهجمات دموية، مما يجعل الجمهور هو الذي يطالب السلطة باتخاذ إجراءات وقوانين وسياسات أمنية تحد من حريته، أو اختلاق أزمة

اقتصادية للقبول بحل ضروري، يجعل الناس يغضون الطرف عن حقوقهم الاجتماعية وتردي الخدمات باعتبار ذلك الحل « شر » لا بد منه.

3- التدرج

التدرج في قبول ما يمكن قبوله من تدابير خطوة تلو الأخرى، لتصبح مقبولة عند الناس عند اكتمالها، ولكن إذا طبقت دفعة واحدة فيمكن أن تشكل إشعال ثورات وحراكات شعبية رافضة للتغيير، لذلك فهذه الإستراتيجية تعمل على تغيير في الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية بالتدرج والتقطير ليتم قبولها.

4- ومن الطرائق التي يتم استخدامها لتمرير قرار غير مقبول شعبيًّا هو تقديمه على أنه «موجع لكنه ضروري» فمن الأسهل أن يتقبل العامة قرارًا مستقبليًّا على أن يتقبلوا قرارًا فوريًّا، وذلك لأن المجهود المطلوب من العامة لن يتم بذلك بشكل فوري، كما أن هناك اتجاه عام لديهم بأن «المستقبل دائمًا أفضل» ومن الممكن أن نتجنب التضحية المطلوبة، وهذا يعطي مزيدًا من الوقت للعامة كي يتأقلموا مع القرار وقبوله حتى يحين وقت تنفيذه.

5- خاطب العامة كأنهم أطفال

من خلال مواقف وقرارات ومفردات يتم الترويج لها، وإشعال الجدل والنقاش حولها وكأنها موجهة إلى عقول أطفال وليس إلى عقول ناضجة وواعية، فتكون إجابة المتلقي تلقائية أو ردة فعله مفرغة من أي حس نقدي، كما لو أنها صادرة فعلًا عن عقل طفل لا يتجاوز السادسة من عمره.

6- استخدام الجانب العاطفي بدلًا عن الجانب التأملي

وهو الأسلوب الكلاسيكي للقفز عن التحليل المنطقي والحس النقدي للأفراد بشكل عام، والتشبث بالغيبية واللاواقعية بعيدًا عن العقلانية والمنطقية في تناول الأمور والتعامل مع الطروحات، وهنا يكون التركيز على الجانب العاطفي وفتح المجال للعقل الباطني اللاواعي لغرس الأفكار والرغبات والمخاوف والقلق، والتوجيه للقيام بسلوكات معينة.

7- إبقاء العامة في حالة من الجهل والغباء

تعمل هذه الإستراتيجية على الأنظمة التربوية، في إبقائها دون نضج كاف لتستطيع السيطرة عليها، فيقول تشومسكي في مقالة «الأسلحة الصامتة لخوض حروب هادئة»: يجب أن تكون جودة التعليم المقدم للطبقات الدنيا رديئة بشكل يعمق الفجوة بين تلك

الطبقات والطبقة الراقية التي تمثل صفوة المجتمع، ويصبح من المستحيل على تلك الطبقات الدنيا معرفة أسرار تلك الفجوة.

وبذلك يصبح المجتمع عاجزًا عن فهم التقنيات والأساليب المستخدمة للسيطرة عليه واستبعاده من قبل من هم في السلطة.

8- تشجيع العامة على الرضا بجهلهم

أي إقناع الناس بالرضوخ للأمر الواقع والقبول بواقع حياتهم كما هو، وهذا الأمر الطبيعي والمألوف بأن يكونوا أغبياء وغير متعلمين.

9- إلقاء اللوم على الذات

من خلال جعل كل فرد يشعر بأنه سبب تعاسته وقلة حظه، وأن ضعف قدراته وذكائه هي سبب فشله وعدم نجاحه في أي شيء، وبدلًا عن أن تتمرد هذه الطبقات ضد السياسات الاقتصادية، يتحول الشعور الفردي إلى لوم الذات تلقائيًّا، بما يخلق اكتئابًا من شأنه كبح القدرة على القيام بفعل شيء، ودون حراك لا تتحقق الثورات.

10- معرفة الأشخاص أكثر مما يعرفون أنفسهم

التقدم العلمي الذي شهدته الخمسين عامًا الأخيرة، ساهم في

توسيع الفجوة بين ما تملكه العامة من معرفة وما تملكه النخب الحاكمة والمسيطرة على مفاصل الحياة المختلفة، وبفضل تطور العلوم التطبيقية والنفسية، تمكن «النظام» من معرفة الفرد جسديًّا ونفسيًّا أكثر من الفرد نفسه، وهذا يعني بأن «النظام» في أغلب الحالات هو الذي يملك السيطرة والسلطة على الأفراد أكثر من أنفسهم.

هذه الإستراتيجيات العشرة التي قدمها المفكر الأمريكي نعوم تشومسكي، كفيلة بفتح العقول والأذهان للآلية التي تقوم بها الدول من خلال وسائل الإعلام المختلفة في إقناع الناس وتوجيههم نحو أيدولوجياتها التي تحقق من خلالها مكاسب في استمالة الرأي العام وحرف بوصلته إلى الجهة التي تريد.

الفصل الثالث

يتحدث هذا الفصل عن:

- مفهوم الشباب
- دراسات حول دور الشباب داخل الدولة
- الشباب لاعبين عدد في الإعلام الرقمي

مفهوم الشباب

الشباب :

من هم الشباب؟

تختلف المعايير الدولية في تعريف الشباب، وحسب الأمم المتحدة فالشباب هم «الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 15-24،» وهذا التعريف قابل للتعديل وفقًا للتقرير العالمي عن الشباب لعام 2018.

ويشير التقرير إلى أن هناك 1،2 مليار شاب (ذكر وأنثى) في العالم أعمارهم من 15-24 عامًا، أي أن الشباب يشكل في العالم ما نسبته 16% ويزداد إلى 7% بحلول 2030 في حين يشكل الشاب في العالم العربي 32% من السكان.

وفي الأردن حسب الأرقام التي وردت في الإستراتيجية الوطنية للشباب للأعوام (2019 - 2025) يشكل الشباب الشريحة الأكبر، والأهم كمًّا ونوعًا، إذ تبلغ نسبة السكان ممن هم دون سن الثلاثين عامًا نحو(67%) من العدد الإجمالي للسكان، وبهذا يعد المجتمع الأردني مجتمعًا شابًّا فتيًّا، وأن الاستثمار بهم وإكسابهم الخبرات اللازمة يعد جزءًا مهمًّا من التنمية الشاملة.

كما أكدت الإستراتيجية الوطنية للشباب أن ثورة المعلومات والاتصال التي ساهمت بإعادة تشكيل العالم من جديد وأصبحت تخاطب الشباب وتستحوذ على اهتمامهم، من أهم المبررات التي دعت إلى بناء وتطوير الإستراتيجية الوطنية للشباب إضافة للتغيرات المتسارعة في منظومة القيم التي تحكم المجتمع نتيجة لبروز عوامل جديدة أهمها التقدم الهائل في وسائل التواصل الاجتماعي وإقبال الشباب عليها حيث تشير المعلومات إلى أن هناك أكثر من(4) ملايين مستخدم للإنترنت في الأردن أغلبهم من فئة الشباب.

هذه النسب العالية للشباب في مجتمعاتهم،كانت حافزًا للعديد من الأكاديمين والباحثين، لتناول موضوع الشباب بأهميته المعاصرة و مدى تأثيرهم في مجتمعاتهم، والاستفادة من طاقاتهم، في السياسية والاقتصاد والتعليم والرياضة...الخ، ولافتة نظر الدولة ومؤسساتها باعتبارهم قوى التغيير والتحريك القادمة والفاعلة في الشارع اليوم وغدًا.

دراسات حول
دور الشباب داخل الدولة

1- كتاب «مأزق الشباب في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا» لمؤلفيه رالف هيسكل (أستاذ في الدراسات العربية والجغرافيا الاقتصادية في جامعة لابيزيغ ألمانيا)، ويورغ غرتل/ مؤسسة فريدريش أيبرت)،عام 2019 .

«قام فريق دولي من الباحثين بمسح شمل 9 آلاف شخص، تتراوح أعمارهم بين 16-30 عامًا من الدول التالية (البحرين، مصر، الأردن، لبنان، المغرب، فلسطين، سوريا، تونس، اليمن)»

حيث أن الشباب في هذه الدول الأكثر تضررًا من الأحداث المضطربة التي مرت بها بلادهم مثل (تفكيك هياكل الدولة، الصراعات المسلحة ، تشرد، لاجئين،.....إلخ

2- كتاب «سياسات الشباب في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا» صدر في (نوفمبر/ تشرين الثاني 2019)، وهو أوراق عمل مهمة (قدمت خلال ورشة عمل أقامها مشروع الشرق الأوسط والعلوم السياسية التابع لمعهد دراسات الشرق الأوسط في جامعة جورج واشنطن مع مركز الفينيق في عمّان).

يسلط الباحثون الضوء على كيفية تشكل الحراكات الشبابية الجديدة، وتأثيرها، والتغير الواضح في الإستراتيجيات والأدوات عن العقود السابقة، وما شكلته هذه الحراكات من قوةٍ وقدراتٍ غير مسبوقة في تحريك الشارع.

وفيما يلي بعض الملاحظات التي أشارت إليها دراسات متعددة حول العالم عن واقع الشباب في عصر المعلوماتية كشريحة لها تأثيرها في الدولة:

ـ الثورة المعلوماتية الرابعة «تكنولوجيا الاتصالات» أنتجت هوية جديدة للشباب «شباب عالمي الهوية» وسهلت عليهم تبادل الأفكار والخبرات ومواجهة التحديات ومنها السياسية، بعد أن كان ذا شخصية وهوية محددة، مرتبطة بولائه لعرقه،و دينه، ولغته، ووطنه، وعشيرته، وبيئته الحاضنة.

ـ إنّ جميع الدراسات تؤكّد أنّنا أمام فاعل قوي ومؤثر جديد في المشهد السياسي في المنطقة، وهذا الفاعل ينظم نفسه من خلال «الحراكات الشبابية»

ـ «الحراكات الشبابية» تعبر عن رغبة الشباب في المشاركة السياسية على وجه التحديد.

ـ«الحراكات الشبابية» عابرة للحدود، و تستخدم إستراتيجيات

وتكتيكات جديدة متشابهة، تتجاوز الوسائل والأطر التقليدية التي يتعامل من خلالها كلّ من الحكومات والمعارضات الحزبية العربية.

ـ «الحركات الشبابية» تضم جيلًا جديدًا من الشباب أصبح لديه خصائص سيكولوجية وسوسيولوجية وسياسة جامعة، ويواجهون تحديات مشتركة عامة، وأهداف معينة.

ـ «الحراكات الشبابية» التي شكلت بمساعدة وسائل التواصل الاجتماعي، قلبت الموازين في بناء علاقة جديدة بين الدولة والشباب، فوظف الشباب هذه الأدوات للتأثير ولإسماع وجهات نظرهم، لبناء علاقة جديدة أساسها التشاركية في وضع نهج جديد للحكومات.

ـهذا التحول العميق في مفهوم العمل السياسي بين جيل الشباب اليوم والأجيال السابقة أدّى إلى انتقال الفعل السياسي والتأثير من الأحزاب الكلاسيكية إلى الحراكات الاجتماعية، وبروز مصطلحات مثل «سياسات الشارع» و«الحراكات الإلكترونية»، و«سياسات السوشال ميديا» التي أصبح لديها القدرة الفاعلة والمؤثرة في إعادة صوغ وتشكيل المناظرات الوطنية والإعلامية داخل كل دولة.

هذه الثورة المعلوماتية لها أثر في عدة أوجه:

أولًا: أكسبت الأفراد أدوات جديدة ضاغطة ومراقبة ومتابعة لآلية عمل مفاصل الدولة وصناع القرار.

ثانيًا: أكثر مستخدميها من فئة الشباب، يعلنوا من خلالها أفكارهم وتوجهاتهم، وهنا تأتي أهمية الشباب في صياغة شكل الدولة المقبل وسلطتها.

ثالثًا: تأثيرها على الدولة، وإحراف بوصلتها في احتكار رسم الإستراتيجيات العامة.

الشباب لاعبين جُدد في الإعلام الرقمي

يشهد العالم تحولًا في شكل الدولة، يتأثر هذا التحول بالثورة المعلوماتية التي سمحت لظهور عدد من اللاعبين، ويمكن تسميتهم باللاعبين الجدد في صياغة شكل جديد للدولة مستقبلًا ونعيش إرهاصاتها الآن وأغلب هؤلاء اللاعبين هم من فئة الشباب، وسنقدم هنا أمثلة على ذلك :

1-المبرمجون والمصممون: في إطار الثورة المعلوماتية الرابعة، ظهر ما يسمى المبرمجون والمصممون، يختلفون في تخصصاتهم ومهاراتهم، لربما يكون هؤلاء مصممون يبنون برامج متعددة في كل الحقول، ولهم تأثير مباشر لا يستهان به، سواء في التعليم(المناهج التعليمية) أو الاقتصاد (وسيطرتهم على الموارد) في قطاع المال والبنوك، أو اعداد برامج متعددة تسيطر على إدارة المصارف،حتى على مستوى المجال الترفيهي للأطفال، فهم مصممو الألعاب «ماين كرافت» والرسوم المتحركة (سكراتش)، والفيديوهات وغيرها وبذل فهم يؤثرون على الجيل الصغير من الأطفال ليتم توجيههم وخدمة أهدافهم أيًّا كانت الأهداف والنتائج.

2- الشبكاتيون: الملاحظ أن الفئة الأكثر مشاركة في هذه الشبكات هم الشباب،يمارسون ضغطًا من خلالها على مراكز القرار، وفعليًّا قاموا من خلالها بصياغة شكل جديد من الضغط الإعلامي في تقديم أفكارهم وبرامجهم في مجالات متعددة أهمها المجال السياسي، مما أدى إلى استخدام هذه الشبكات وسيلة للتأثير ونقل الفعل السياسي من الشكل القديم كالأحزاب الكلاسيكية إلى الحراكات الاجتماعية بما يسمى «بالحراكات الإلكترونية» والسوشال ميديا .

وهذه الشبكات بطبيعتها تفوق سرعتها في تغيير القيم والأفكار لأي وسائل إعلام أخرى، وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي، فيسبوك، وتويتر، يخرج منهم نشطاء تشبيكات، شباب لا يعرفون بعضهم، أخذوا دور الأحزاب وأثروا في الشارع العربي والجماهير ضمن أفكار محددة، ولكن من الغباء أن ينظر لهم بشكل عفوي، وعلى الأغلب يعتقد كثيرون أنهم مرتبطين بمراكز وبمحركات دولية ويمارسوا دورًا في التأثير، وإعادة شكل السلطة مثل لبنان «حلو عنا» في الأردن «ذبحتونا» في مصر 6 إبريل... إلخ.

3- الليبراليون الجدد

إن أبرز أدوات الليبرالية الجديدة هي «المنظمات الدولية» أي

الجماعات التي تصنف نفسها جماعات غير حكومية، وغالبًا ما تكون عبارة عن أفراد وليسوا مؤسسات أو هيئات عامة وهم أحد اللاعبين الجدد، وينتمي لهذه المنظمات كما نرى اليوم نسبة عالية من الشباب المتحمس والعاطل عن العمل ليجد في المنظمات ملاذه للمشاركة في برامجه والاستفادة من تمويلهم لتنفيذ أجنداتهم الخفية، ولا يعي غالبية شبابنا لهذه المنظمات، فهو يراها الفرصة التي لا تعوض للتشبيك والعمل معها، والتي ترتبط نشاطاتها بشكل لافت بـمجالات أهمها (المرأة والشباب والإعلام) بعمل شركات واتفاقيات مع مؤسسات الدولة، لتسهيل مهمتهم، حتى أضحوا يشكلون عمليًّا البديل للمجتمع المدني الحقيقي من أحزاب ونقابات...إلخ

4- الإعلاميون الجُدد

وهم ظاهرة تختلف عن الإعلام التقليدي، فمن تغطية الأحداث إلى المشاركة في صنعها. لم يعد الإعلام يمارس عمله الجوهري كمراقب وناقل للحدث كما كان سابقًا، بل أصبح شريك ولاعب أساسي في صناعة الأحداث وإنتاجها وتوجيهها (فقد انتقل من مهمة تغطية الأحداث إلى المشاركة في صنع الأحداث وتزيفها) بما يتناسب مع مصلحة معينة.

وهذه ظاهرة جديدة ملفتة تختلف عن الإعلام التقليدي، والذي ترافق مع تقنيات ما يعرف «بالثورة الرابعة» أي الثورة المعلوماتية، التي تستند أيضًا إلى الصورة والسينما والصوت، والتي تستخدم في التهيئة للأحداث المقبلة.

بعد أن كانت الدولة تستند إلى قوة الثروة والجيش والاقتصاد والموارد،أصبحت تستند الآن إلى المعلومة، التي أصبحت قوة في حد ذاتها، وصار من يملك المعلومة ويتحكم في طرائق نقلها وقدرته في التعامل معها هو الأقوى، والأكثر قدرة على السيطرة على المستقبل.

5- الأصوليات الجديدة

وهنا تكمن المفارقة حيث اعتقد كثيرون أن عصر الأصوليات قد ولى ، إلا أن أزمة النظام الرأسمالي نفسه وتفسخ وفشل تجارب النمو في العالم الثالث، أعاد إلى واجهة الأحداث، أشكال الأصوليات الدينية الجديدة، وبشكل أبشع من الأصوليات السابقة، في العالم العربي الإسلامي مثلًا ظهور « داعش»، وأيضًا دولة الكيان الصهيوني، التي انتقلت من حكم مجموعات تقدم نفسها كأحزاب عمالية إلى هيمنة للقوى الدينية المتطرفة.

وخطورة هذا اللاعب الجديد «الأصوليات» إن مكونه من فئة

الشباب وهي ليست أصوليات سلمية أو مدنية، بل أصوليات مسلحة وتخريبية وتكفيرية وتتغذى على مشاعر الكراهية والطائفية والحقد ونشره بين طبقات وفئات المجتمع.

وليس صحيحًا أن هذه الأصوليات التكفيرية تقتصر على مجاميع منعزلة، بل تمتد إلى عمق الثقافة الشعبية، والمجاميع الاجتماعية تفقد الأمل يومًا بعد يوم في حياة حرة وكريمة بسبب تغول النظام الرأسمالي العالمي، فجزء من هذه الأصوليات صناعة منظمة (إرهاب) وجزء منها طبيعي نتاج موضوعي، سببه الفراغ السياسي والفكري الذي ترافق مع انحسار القوى الديمقراطية والعلمانية.

الفصل الرابع

يتحدث هذا الفصل عن:

- رؤية لمستقبل الإعلام الرقمي
- أهم وسائل الاتصال والإعلام في المستقبل

رؤية لمستقبل الإعلام الرقمي

إن مستقبل الإعلام الرقمي ما عاد مربوطًا بالتحولات السياسية والاقتصادية للمجتمعات الإنسانية فقط بل بحاجات الجمهور وتطلعاته وما تفرضه عاداته وأذواقه، لكنه الواقع الذي نحتاج إلى التعامل معه بمتطلباته وأدواته المحدثة المتشعبة والمتعددة الأهداف والرؤى.

واجه الإعلام التقليدي موجات متعددة من تطور وسائلها المختلفة كالصحف والراديو والتلفزيون، إلا أنها لم تفقد بريقها كاملة كما كان متوقعًا، ثم بدأ الإنترنت يغزو العالم منتجًا أدواته الإعلامية الجديدة مما انعكس على تحديات أخرى تواجه الإعلام التقليدي، الذي تحوّل إلى رقمي بالكامل، مثل تحدي العائدات والأرباح التي تقوم عليها استمراريته، بسبب هيمنة شركات الإنترنت الكبرى كقوقل وفيسبوك على سوق الإعلانات الرقمية ووقوعه تحت ضغط اللحاق بالتطورات التكنولوجية المتسارعة التي تؤدي إلى تغيير عادات القراءة لدى الناس.

وهنا يمكن الإشارة إلى بعضاً من التقارير العالمية والعربية التي تشير إلى مستقبل أدوات الإعلام التقليدية في قدرتها على

الاستمرار ومواكبة التطور مع الوسائل الحديثة.

نشرت «شبكة استشراف المستقبل» تقريرًا عن الخط الزمني المتوقع لانقراض الصحف والمجلات المطبوعة، فجاءت الولايات المتحدة في أول القائمة، إذ ستنتهي طباعة الصحافة في 2017، تليها بريطانيا وآيسلندا في 2019.

ففي الولايات المتحدة توقفت كثير من الصحف والمجلات عن إصدار نسخها الورقية قبل فترة طويلة، فقد أوقفت صحيفة «كريستيان ساينس مونيتور» إصدار نسختها الورقية عام 2009، وتبعتها مجلة «يو.أس نيوز أند وورلد ريبورت» عام 2010، ثم مجلة نيوزويك عام 2013. وحذت حذوها العديد من الصحف والمجلات الأميركية والإنجليزية والفرنسية، «ذي أندبندنت» البريطانية، مجلة «نيوزويك» الأميركية، صحيفة «ذي كريستيان ساينس مونيتور».

أما في منطقتنا العربية، فتحتل الإمارات المركز الأول، حيث ستنتهي فيها الصحافة المطبوعة في 2028، ثم السعودية في 2034، وستتحول جميع الصحف والمجلات إلى مواقع إلكترونية وتطبيقات هاتفية.

بالإضافة إلى أن مجلة «الأسبوع العربي» تحولت إلى النسخة

الإلكترونية عام 2013، وسبقتها إلى ذلك مجلة «الآداب» اللبنانية عام 2012. وكذلك صحف لبنانية مثل: النهار، والمستقبل، والحياة، وكانت صحيفة «السفير» التي توقفت عن الصدور مطلع العام 2017، آخر الضحايا.

وفي الأردن كان يبلغ عدد الصحف الورقية اليومية، ثماني صحف؛ هي: الرأي، والدستور، والغد، والعرب اليوم، والديار، والأنباط، والسبيل، والشعب، وتم إغلاق عدداً منها لأسباب مالية.

في تموز/ 2013 توقفت صحيفة «العرب اليوم» عن الصدور وأغلقت بشكل كامل، وتبعتها صحيفة «السبيل» التي توقفت عن الصدور عام 2019، بعد 26 عامًا من إصدارها المتواصل، إضافة إلى الصحيفة الأسبوعية «المجد»، أما صحيفة «الأسواق» فقد انسحبت مبكرًا من الساحة نتيجة الخسائر المتراكمة.

وفيما يتعلق بالصحف اليوميّة الأردنية التي مازالت تصدر، ومنها: «الغد، والرأي، والدستور»، فتواجه اليوم وضعًا من الأزمات المركبة (مالية وإدارية) وبمستويات مختلفة، تُهدد وجودها بشكل يومي.

وفي موازاة تراجع الصحافة الورقية، يشهد الإعلام الإلكتروني

تقدمًا ملحوظًا بالأردن، إلى جانب وسائل التواصل الاجتماعي على حساب الصحافة الورقية التي تعاني أزمة محتوى، فضلًا عن أزماتها المالية.

نشر موقع Business Insider وهي صحيفة إلكترونية تعنى بالأعمال والإعلام، تقريرًا مفصلًا عن مستقبل الإعلام، قال الباحثون فيه، إن متوسط مشاهدة الشخص للتلفاز عام 2011 كان 26 ساعة، لكنه انخفض في 2015 إلى 16 ساعة لمصلحة الهاتف. وفي استطلاع أجراه معدّو التقرير، وجدوا أن 87% من الناس لا تُفارقهم هواتفهم طوال اليوم. وتساءل الباحثون عمّا بعد الهواتف الذكية، فوجدوا أن النظارات الذكية مازالت مُتخبّطة، والساعات الذكية لا تصلح للقراءة واللعب، بل للتنبيهات فقط. والسيارات الذكية، لن تكون بديلًا لجهاز صغير نحمله في جيوبنا، وأجهزة الواقع الافتراضي مازالت تحبو في بداياتها، ماذا إذن؟ شيء بسيط، نستخدمه يوميًّا، ولم نلحظ أنه انفجر فجأة فصار جزءًا رئيسًا من حياتنا إنه برامج الدردشة chat، كبرنامج «واتس أب»، أو «ماسنجر». هذه الفكرة البسيطة التي بدأت مع الإنترنت في التسعينيات على هيئة مواقع دردشة، تعود في هيئة تطبيقات لتصبح المنصة الأهم اليوم وفي السنوات المقبلة، فمستخدمو «واتس أب» وصل عددهم إلى مليار شخص، و«ماسنجر» 900

مليون (كلاهما مملوك لـ«فيس بوك»)، وكل منصات التواصل الاجتماعي كـ«إنستغرام» (مملوك لـ«فيس بوك» أيضًا) و«تويتر» و«سناب شات»، فيها وسائل للدردشة، ستحل قريبًا محل المنصة الأم.

لكن السؤال هو: ما دخل هذا بمستقبل الإعلام؟

برامج الدردشة هذه تستقطب مستخدمين أكثر من منصات التواصل الاجتماعي، حيث يستخدم الـ«سوشيال ميديا» اليوم قرابة مليارين ونصف المليار شخص، بينما يستخدم برامج الدردشة قرابة ثلاثة مليارات شخص، هؤلاء هم أنفسهم الذين يرفضون قراءة الصحف المطبوعة، وتوقف كثير منهم عن مشاهدة القنوات الفضائية وقنوات «الكيبل» ذات الاشتراك الشهري، لمصلحة شركات «التلفاز حسب الطلب»، مثل «نيتفليكس»، وتلفاز «أبل»، وغيرهما من الشركات التي تفوَّق عدد مشاهديها اليوم على عدد مشاهدي القنوات الفضائية، لا يعني أن التلفاز كجهاز سينتهي، بل ستنحسر القنوات الفضائية وسيتضاءل سوقها، وسيبقى جهاز التلفاز للمزودين الجُدد، تمامًا مثلما انحسرت الصحافة المطبوعة، وستبدأ منصات الـ«سوشيال ميديا» تنحسر أيضًا لمصلحة البرامج القائمة على الدردشة، فبرنامج مثل «واتس

أب» قفز عدد مستخدميه من 400 مليون إلى مليار في عام واحد فقط، وصار أهم من «تويتر»! وقريبًا سينتقل إليه مختلف وسائل الإعلام.

وسائل الاتصال والإعلام
في المستقبل

نستنتج مما سبق إن العالم سيتوجه مستقبلاً إلى وسائل الاتصال والإعلام التالية:

أولًا: الإنترنت

سجلت إعلانات الإنترنت عام 2016 نحو 177 مليار دولار عالميًّا، وهو ما يعادل ثلث إجمالي الإعلانات من جميع الأنواع المسجلة في العام نفسه، ونالت غوغل الحصة الكبرى بنحو 79.4 مليار دولار، بينما حلت فيسبوك في المرتبة الثانية بنحو 26.9 مليارًا، وإذا ما أضفنا إليهما ما نالته بايدو ومايكروسوفت وياهو وفرايزون وتويتر، وجدنا أن هذه الشركات السبع ظفرت بثلاثة أرباع عائدات إعلانات الإنترنت في العالم.

وقد تجاوزت قيمة الإعلانات عبر الإنترنت قيمة الإعلانات التلفزيونية لتصبح شبكة الإنترنت أكبر وسيط إعلاني في العالم، وفقًا لبيانات وتحليل وكالة زينيث.

وفيما يتعلق بالبلدان العربية سجلت إعلانات الإنترنت نحو

مليار دولار فقط عام 2016 وعلى الرغم من أن هذا الرقم لا يمثل سوى 5% من إجمالي الإنفاق الإعلاني العربي للعام نفسه، فإنه يشهد نموًّا سنويًّا كبيرًا بنحو 20%، مقابل تراجع الإنفاق الإعلاني على وسائل الإعلام الأخرى، وهذا ما ينبه إلى زيادة الاهتمام بالإعلام الرقمي، وبناء شراكات إعلانية مع شركات الإنترنت العالمية الكبرى، إذ يلاحظ مثلًا أن الإعلانات المقدمة من غوغل باتت تظهر على شبكات إعلامية محترمة كشبكة بي.بي. سي.

ثانيًا : الهواتف الذكية

يقدر عدد مستخدمي الهواتف الذكية في العالم حاليًّا بنحو 2.5 مليار (من أصل 7.5 مليارات اشتراك)، وهو أكبر من عدد أجهزة الحاسوب الشخصي المستخدمة التي يقدر عددها بنحو ملياري جهاز، وهذا الفرق مرشح للازدياد بمعدلات عالية، حيث يتوقع أن يصل عدد مستخدمي الهواتف الذكية عام 2020 إلى ستة مليارات مستخدم.

بينما تتزايد عامًا بعد عام نسبة الذين يحصلون على الأخبار من خلال الإنترنت، يصبح تحسين الخدمات التي يقدمها الإعلام

العربي على الهواتف الذكية ضروريًّا لكسب شرائح واسعة من متابعي الأخبار

أما في البلدان العربية التي وصل فيها عدد اشتراكات الهاتف المحمول إلى نحو 430 مليونًا حاليًّا، فيقدر عدد مستخدمي الهواتف الذكية فيها بنحو 150 مليونًا، وهو أكبر بكثير من عدد الحواسيب الشخصية المستخدمة الذي يقدر بنحو 90 مليونًا.

وبينما تتزايد عامًا بعد عام نسبة الذين يحصلون على الأخبار من خلال الإنترنت، فإن تحسين الخدمات التي يقدمها الإعلام العربي على الهواتف الذكية أصبح ضروريًّا لكسب شرائح واسعة من متابعي الأخبار، والحصول على قسم من عائدات إعلانات الهواتف الذكية المتزايدة بسرعة.

ثالثًا: الإعلام الموزع

يتمثل الإعلام الموزع في بروز خدمات جديدة تتيح جلب وعرض المقالات على شاشات الهواتف الذكية بسرعات عالية تصل إلى عشرة أضعاف سرعة جلبها العادية، وتعتبر خدمة المقالات الفورية من فيسبوك والصفحات المسرعة من غوغل وسناب شات ديسكوفر؛ من أهم خدمات الإعلام الموزع، فقد

استخدمها العديد من الناشرين في الولايات المتحدة مثل فوكس ميديا وواشنطن بوست بهدف زيادة دخلهم الإعلاني.

رابعًا: الصوت كواجهة استخدام وسماع

تشير معظم التوقعات إلى تعاظم دور الصوت كواجهة استخدام للهواتف الذكية والأجهزة المحمولة الأخرى، وتتنبأ بانتشار الإعلام الصوتي بسرعة كبيرة، ولا يقتصر الإعلام الصوتي على إصدار الأوامر، بل أيضًا على الاستماع إلى النصوص التي تقوم البرامج بقراءتها، وفي هذا الصدد صرحت شركة أمازون أن عدد المنتجات التي تسمح بتصفح الإنترنت عبر الصوت والتي باعتها خلال أعياد الميلاد عام 2016، بلغت تسعة أضعاف ما باعته عام 2015 بأكمله، ولم تكن أسعار الكثير منها مرتفعة إذ بلغت 50 دولارًا.

وتتوقع شركة غارتنر للأبحاث أن يستحوذ التصفح بالصوت على 30% من عمليات تصفح الإنترنت بحلول العام 2020، وقد أدى ذلك إلى بدء انتشار استخدام المساعدات الرقمية الصوتية في الإعلام مثل أليكسا من أمازون ومساعد غوغل وكورتانا من مايكروسوفت وسيري من أبل، الأمر الذي أدى بدوره إلى احتدام المنافسة فيما بينها.

خامسًاً: صحافة الروبوت

الكثير من المقالات المالية والرياضية، وتلك المرتبطة بالكوارث الطبيعية، أصبح يجري إعدادها من قبل البرامج الذكية اعتمادًا على القوالب المسبقة الصنع، والبيانات الهائلة التي يجري تحديثها آليًّا وحفظها ضمن قواعد البيانات، إن استخدام الروبوت يخفض من تكلفة تحرير المقالات بشكل كبير، لكن من غير المحتمل أن يؤدي إلى إلغاء عمل المحررين، خاصة فيما يتعلق بالأخبار الرئيسية، غير أنه سيقلص عددهم بالتأكيد.

سادسًا: صحافة المحادثة

تمزج صحافة المحادثة بين عدة تقنيات كالإبحار الصوتي والفهم الآلي للغة والبحث الذكي والترجمة الآلية وقراءة النصوص، وفي ما يلي مثال عنها:

المستخدم: ما آخر أخبار المؤتمر العالمي للروبوتات الذي عقد في بكين؟

الروبوت: من أي لغة تريد أن أجلب لك الأخبار؟

المستخدم: من اللغة الصينية؟

الروبوت: وبأي لغة تريد أن أقرأها لك؟

المستخدم: باللغة العربية؟

الروبوت: إليك أحدث الأخبار التي طلبتها.

الفهم العميق والاستفادة من الأقنية الجديدة التي تشقها التكنولوجيا أمام الإعلام أمر لابد منه لصيانة عائدات المؤسسة الإعلامية العربية وتنميتها وبالتالي استمراريتها.

هذا الحوار يدور صوتيًّا بينك وبين برنامج الدردشة الروبوتية المركب على هاتفك المحمول أو ساعتك الذكية وأنت تتجول في الحديقة أو تعد الطعام أو تنتظر صديقًا في الشارع، ويمكن أن تتم أيضاً من خلال لوحة خاصة مركبة في سيارتك. وسيقرأ البرنامج الذكي عليك الأخبار بصوت يمكنك اختياره مسبقًا (امرأة، رجل، طفل)، ويمكنك مقاطعته وسؤاله مثلًا: وماذا قالت شبكة سي.إن.إن الأميركية عن هذا المؤتمر؟

كل التقنيات اللازمة لذلك متوفرة حاليًّا، وهي تحويل الكلمات المنطوقة إلى نص، وفهم المطلوب منها، وإجراء البحث وجلب المطلوب، وترجمته من اللغة الأصلية إلى اللغة المستهدفة، وأخيرًا تحويل النص إلى كلمات منطوقة (أو عرضه مباشرة إن كان فيديو).

يبدو جليًّا مما سبق أن الفهم العميق والاستفادة من الأقنية

الجديدة التي تشقها التكنولوجيا أمام الإعلام أمر لابد منه لصيانة عائدات المؤسسة الإعلامية العربية وتنميتها وبالتالي استمراريتها، وبما أن التغيير العاصف هو قانون الثورة الصناعية الرابعة، فوسائل الإعلام العربية التي تتمسك بالماضي والحاضر فقط، لن يكون لها مستقبل.

لكن، في نهاية المطاف، لا يمكن للتكنولوجيا وحدها أن تصنع إعلامًا ناجحًا، ما لم يكن خلفها إعلامي مبدع يتحرى عن المعلومات ويدققها ثم يقدمها للقارئ أو المشاهد أو السامع بطريقة تمكنه من استخدام عقله للحكم عليها، طبعًا تبقى المساحة المتاحة لحرية التعبير أمرًا أساسيًّا.

الخاتمة

إن التطور التكنولوجي المتسارع الوتيرة الذي يشهده هذا العصر قد شغل العديد من المجالات، واحدث الكثير من التغيرات فيها، ولم يكن ذلك بعيدا عن الإعلام والصحافة بكل أشكالها وأدواتها، بل كان لها أثر واضح بتغيير مسار عملها وانتشارها، وغير في طبيعة هذه المهنة التي جعلت من المتلقي عنصرًا فاعلًا تخطى الدور التقليدي الذي كان يجعل منه مستمعًا أو مشاهدًا أو قارئًا فقط، ليتعدى ذلك ليكون مساهمًا في نقل الخبر وصناعته أيضًا وأصبح نقطة بث للآخرين، بمقدوره عكس اتجاه بث الخبر وتوجيهه وانتقاده والبناء عليه كما يشاء.

ومن جانب آخر فإن رقمنة هذا المجال الإعلامي ومدى التغيير الذي اجتاح الوسائل الإعلامية التقليدية، أسهم في توجه الناس عنها لعدة أسباب أهمها: عامل الوقت والسرعة وسهولة التصفح والوصول للأخبار من وسائط متعددة، بالإضافة إلى سهولة مشاركة الخبر عليى نطاق واسع من خلال الشبكات الاجتماعية الافتراضية، مساهمًا ذلك في الابتعاد عن الوسائل التقليدية التي هي الأخرى تعاني قبل ذلك مشاكل مالية وإدارية متعددة، فجاء

تطور تكنولوجيا الإعلام لضربها في عقر بيتها إذا لم تجد حلولًا لتبقى في استمراريتها منافسة في أدائها وخدماتها.

والإنسان هنا أهم أداة متحكمة بهذه الأدوات، وعامل أساسي في لعب دور جديد ومحوري في تناوله لهذه الوسائل مما جعل الدراسات والأبحاث تتجه تحديدًا نحو الشباب، باعتبارهم أهم اللاعبون الجدد في إدارة المحركات الأساسية لوسائل الإعلام المختلفة وتوجيهها بما يتطابق مع حاجاتهم الاجتماعية والاقتصادية والنفسية، فهي القاعدة التي ينطلقوا منها للتعبير عن وجودهم واهتماماتهم، ما يترتب عليه توعية وتوجيه الشباب بمدى خطورة هذه الوسائل كسلاح ذي حدين، يحتاج منهم الوعي والنضج بآلية البحث والتقصي عن حقائق وأهداف وأيدولوجيا الإعلام والتحيز الذي تمارسه بعض الوسائل لتحقيق مآربها القريبة والبعيدة.

المراجع

1- ابن رشد، تهافت التهافت، ط1، دار المعارف / القاهرة1965.

2- بركات، محمد مراد، تأملات في فلسفة ابن رشد، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 1983.

3- بوبر، كارل (1998) المجتمع المفتوح وأعداؤه، ترجمة: السيد نفادي، لبنان: دار التنوير للطباعة والنشر .

4- جمال الدين ابن منظور بن مكرم الأنصاري، لسان العرب، مجلد10، ط1، دارصبح، لبنان، 1968.

5- زيادة معن، الموسوعة الفلسفية العربية، مج1، معهد الإنماء العربي، ط1، بيروت، 1968.

5- زيدان، محمود (2012) نظرية المعرفة ، مكتبة المتنبي، السعودية، ط1.

6- علي، حجازي (2005) الفجوة الرقمية، رؤية عربية لمجتمع المعرفة، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، العدد318.

7- مجاهد، عبد المنعم (1968) من الاغتراب إلى الاشتراكية إلى الاغتراب، مصر، المؤسسة المصرية العامة للتأليف والنشر، عدد 44.

8- يورغن، هابرماس (2003) العلم والتقنية كأيدولوجيا، ترجمة حسن صقر، منشورات الجمل، ط1.

9- جبور، آمال، تاريخانية العروي أداة نقدية لتحديث المجتمعات العربية، ط1، الأهلية للنشر والتوزيع.

10- العروي، عبدالله (1980) مفهوم الأيديولوجيا، ط1، المركز الثقافي العربي، بيروت.
11- العروي، عبدالله (1984) مفهوم الدولة، ط2، المركز الثقافي العربي، بيروت .
12- العروي، عبدالله (1980) مفهوم العقل ، ط2، دار الفارابي، بيروت.
13- العروي، عبدالله (1970) الرأي العربية المعاصرة، ط1، بيروت، دار الحقيقة.
14- نظرية المعرفة، إسماعيل صلاح ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ط1، 2020.
15- مانهايم، كارل: «الأيديولوجيا واليوتوبيا»، مقدمة في سوسيولوجيا المعرفة، ترجمة محمد رجا الدريني، شركة المكتبات الكويتية، ط1، 1980.
16- عبد الرحمن خليفة وفضل الله إسماعيل (2001)في الأيديولوجيا والحضارة والعولمة (الطبعة الأولى)، مصر: مكتبة بستان المعرفة، صفحة 32. بتصرّف.
17- بنعبد العالي، عبد السلام: «الميتافيزيقيا، العلم والأيديولوجيا»، ط2، دار الطليعة، بيروت.
18- عبد الله عبد الوهاب محمد الأنصاري:الأيديولوجيا واليوتوبيا في الأنساق المعرفية المعاصرة، رسالة ماجستير بكلية الآداب، جامعة الإسكندرية، جمهورية مصر العربية.

19- سبيلا، محمد (1992): الأيديولوجيا نحو نظرة تكاملية، ط1، الدار البيضاء، المركز الثقافي الغربي .
20- نصار، ناصيف (1994) الأيديولوجية على المحك، فصول جديدة في تحليل الأيديولوجية ونقدها، ط1، دار الطليعة، بيروت.
21- الإستراتيجية الوطنية الأردنية للشباب 2019-2025 .
22- هربرت، شيلل، المتلاعبون بالعقول، عبدالسلام رضوان، عدد243، عالم المعرفة
23- توفلر، إلفين، تحول السلطة ، ترجمة ابنى الزيدي، ج2، الهيئة المصرية العامة للكتاب
24- غليون، إبراهيم، 1984، اغتيال العقل، ط4، بيروت، دار التنوير للطباعة والنشر
25- الفقيه، الصادق، 2014، المستقبل العربي في ضوء الحراك الشبابي، ط2، عمان، المعرفة.
26- طرابيشي، جورج، إشكالية العقل العربي، ط3، بيروت، دار الطليعة.
27- صليبا، جميل، 2003، المعجم الفلسفي، ط3، بيروت، دار الكتاب اللبناني.
28- الخطيب، محمد، حضارة أوروبا في العصور الوسطى، ط1، دمشق، دار علاء الدين.

29- الحافظ، السيد، 1990، الهزيمة الأيدولوجية المهزومة، ط1، حلب، معهد الإنماء العربي.

30- بلقزيز، عبدالإله، 2008، الدولة والمجتمع، ط1، بيروت، الشبكة العربية للأبحاث والنشر.

31- شرابي، هشام، النقد الحضاري للمجتمع العربي.

32- الفارابي، المنطق عند الفارابي، د. رفيق العجم، ط2، بيروت دار الشرق، 1986.

33- محمد هشام، في النظرية الفلسفية ، فاريقيا الشرق، 1998.

34- دراسة حول الإعلام وتحولات البيئة الاتصالية العربية الجديدة، د.كمال حميدو.

35- تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، التقرير الأول 2015.

المراجع الأجنبية

1- Barlow, J.P. (1991), Coming into the Country Communications of the ACM, 34 (30): 19- 21.

2- Bynum, T. (2010), the historical roots of information and computer ethics, In The Cambridge Handbook of Information and Computer Ethics, edited by L. Floridi, 20- 32.

3- Global Network Initiative (2008), Global Network initiative.
Retrieved November 11, 2008 from http://www. Globalnetworkinitiative.org/.

4- Rheingold, H. (1998), Virtual Communities, The Community of the Future, New York: Harper Collins, pp.115- 124.

5- Van Dijk, J. (2010), Study on the Social Impact of ICT - Topic Report 3 (D7.2). Universitat Siegen, Germany.

للاطلاع على قائمة منشورات وأخبار الوزارة
يُرجى زيارة العناوين التالية :



موقع وزارة الثقافة الإلكتروني
www.culture.gov.jo



رابط صفحة وزارة الثقافة على الفيس بوك
www.facebook.com/culture.gov.jo

الشباب بين الحقيقة وأيدولوجيا الإعلام

خمس سلاسل للنشر، متطورة وعصرية، تطلقها وزارة الثقافة الأردنية، تسد النقص في المكتبة المحلية والعربية، منشورات مهمة في حقول معرفية مختلفة، فجاءت سلسلة فكر ومعرفة التي تسعى إلى خلق الوعي والإدراك وتنمية التفكير وفهم الحقائق وسياقات التاريخ والحياة، وتفسير النتائج والتجربة الإنسانية، وخلق التأمل الفلسفي ضمن آليات المنطق والتحليل العلمي. وسلسلة الفلسفة للشباب بهدف تشجيع الأجيال الجديدة للإفادة من مناهج الفلسفة في فهم العالم المعاصر، وتوعية الرأي العام بأهمية الفلسفة، واستخدامها نقديا لمعالجة طروحات العولمة وعصر الحداثة. وسلسلة الكتاب الأول التي تُعنى بنشر الكتاب الأول للمؤلفين؛ كباكورة لأعمالهم المستقبلية، مع مراعاة الإبداعية والشروط الكتابية الناضجة. وسلسلة سرد وشعر التي تُعنى بالكتابات الشعرية والسردية المهمة، المغايرة والمختلفة في الطرح والشكل، ذات الجودة والمكانة في تحقيق إضافة نوعية للمكتبة المحلية والعربية. وسلسلة شغف، تختص بالمخطوطات الموجهة للطفل، شعراً ونثراً، تراعي حاجات الطفل الفكرية والنفسية والوجدانية، وتحقق شروطها الفنية والجمالية والإبداعية.


9 789957 947392



هاتف: 5696218 962 + فاكس: 5691640 962 + ص.ب: 6140 عمان - الاردن
E-mail:info@culture.gov.jo website:www.culture.gov.jo

الكتاب متوفر على منصة الكتبا الإلكترونية
https://alkutba.gov.jo